



GRUPO ANTENA 3

INFORME DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA 2007



Este informe fue aprobado por el Consejo de Administración del **GRUPO ANTENA 3** con fecha 20 de febrero de 2008.

GRUPO ANTENA 3

Dirección de Comunicación y Marketing Corporativo

Av. Isla Graciosa nº 13

San Sebastián de los Reyes

28703 Madrid

comunicación@antena3tv.es

fundacion@antena3tv.es

T (+ 34) 91 623 47 52

F (+ 34) 91 654 92 04

CONTEMPORANEIDAD

**SOMOS UN GRUPO DE
COMUNICACIÓN QUE SABE
ESCUCHAR. CONOCER LOS
GUSTOS Y NECESIDADES
DEL PÚBLICO, CONTAR
CON LA GENTE, TAMBIÉN
ES COMUNICAR.**

ÍNDICE

MENSAJE DEL PRESIDENTE	7
PRINCIPIOS QUE RIGEN EL INFORME	10
¿QUIÉNES SOMOS?	15
Nuestras actividades	17
El valor de la marca Antena 3	19
Principales magnitudes	20
EL GRUPO ANTENA 3 EN 2007	21
HITOS 2007 Y RETOS 2008	24
CAPÍTULO I – LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA EN EL GRUPO ANTENA 3	27
Nuestro modelo de RC	28
Misión	35
Visión	35
Valores	35
Gobierno Corporativo	36
El Grupo Antena 3 ante los riesgos y las oportunidades	38
Participación en el desarrollo de políticas públicas	40
CAPÍTULO II – RESPONSABILIDAD CON LA GENERACIÓN DE VALOR	43
Valor económico directo y distribuido	44
Relaciones con inversores	46
CAPÍTULO III – COMUNICACIÓN RESPONSABLE AL SERVICIO DE LA AUDIENCIA	47
Audiencia: el valor de la confianza	48
¿Cómo nos percibe la audiencia?	50
Una oferta adaptada a las necesidades de nuestras audiencias	52
Compromiso con la infancia	54
Compromiso en la lucha contra la violencia de género	56
Regulación y proactividad en la responsabilidad de Antena 3 TV	56
Caso práctico. El Grupo Antena 3 y la Ley Orgánica de Protección de Datos	58
Caso práctico. Presencia de menores en la actividad televisiva	58

CAPÍTULO IV – PUBLICIDAD RESPONSABLE CON LOS ANUNCIANTES Y CON LAS AUDIENCIAS	59
Eficacia publicitaria	60
Publicidad responsable	61
Caso práctico. Publicidad en internet. Cómo explotar el mismo contenido en dos ventanas distintas: “El Internado”	64
CAPÍTULO V – EL GRUPO ANTENA 3 Y EL DESARROLLO DIGITAL	65
El compromiso del Grupo Antena 3 con la TDT	66
La TDT, un nuevo mercado para el desarrollo de servicios y contenidos	68
Consolidación digital	70
La convergencia con internet	70
Caso práctico. Seguridad en la participación de la audiencia	72
CAPÍTULO VI – RESPONSABILIDAD EN EL IMPULSO AL TALENTO	73
Nuestro equipo humano	75
Compromiso con el desarrollo personal y profesional	76
Valoramos la diversidad, promovemos la igualdad	78
Comunicación y participación	82
Velamos por la salud y la seguridad laboral	83
CAPÍTULO VII – RESPONSABILIDAD CON LA SOCIEDAD	85
Fundación Antena 3: contribución activa	86
CAPÍTULO VIII – RESPONSABILIDAD CON EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE	93
Nuestra gestión medioambiental	95
Principales indicadores medioambientales del Grupo	95
El Grupo Antena 3 promueve la educación medioambiental	100
Caso Práctico. Campaña contra el calentamiento global	100
NUESTROS PRÓXIMOS PASOS	101
ÍNDICE DEL CONTENIDO DEL GRI	102

COMPROMISO CON LA INFORMACIÓN

**PARA ANTENA 3 INFORMAR
DE MANERA RESPONSABLE
ES CONTAR LO QUE LE
SUCEDE A UNA SOCIEDAD
EN MOVIMIENTO, DESDE
LOS VALORES Y PRINCIPIOS
QUE LA UNEN.**

MENSAJE DEL PRESIDENTE



Es para mí un placer dirigirme a ustedes desde este primer **INFORME DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA DEL GRUPO ANTENA 3**, que nace con la pretensión de dar respuesta a los numerosos retos que la sociedad nos plantea.

Los medios de comunicación estamos expuestos a un intenso escrutinio público. En **ANTENA 3** somos conscientes de la importancia de establecer relaciones de confianza con nuestros **grupos de interés**, porque nos ayuda a conseguir nuestros objetivos y nos dota de personalidad propia.

Nos enfrentamos a un escenario en profunda transformación. La fragmentación de las audiencias, la creciente digitalización y la convergencia entre las diversas formas de entretenimiento audiovisual, han generado nuevos hábitos sociales, nuevas formas de consumir y, en consecuencia, nuevos modelos de negocio.

El **GRUPO ANTENA 3** encara estos cambios como una fuente de oportunidades que inciden en el crecimiento sostenible de la Compañía. En este informe encontrará el detalle sobre cómo afrontamos cada uno de estos desafíos.

Porque sabemos que debemos innovar, nuestro Grupo ha realizado un importante esfuerzo para estar en la vanguardia de las nuevas tecnologías (TDT, internet y telefonía móvil). Con nuestra apuesta, de la que nos enorgullecemos, se abre un mundo de posibilidades y contribuimos al desarrollo tecnológico de nuestro país.

Nuestros esfuerzos empiezan a dar sus frutos. Los canales digitales de **ANTENA 3** se han situado como los más vistos; hemos sido la primera Compañía española en lanzar un canal de videos generados por los espectadores, así como la primera televisión en mostrar su contenido en el portal Youtube, y en ofrecer series en internet y a través del teléfono móvil.

En 2007 hemos seguido contando con la confianza de nuestros espectadores y oyentes. Por tercer año consecutivo, los informativos de la cadena se situaron como los más vistos de la televisión en España y somos la primera cadena de televisión comercial en Europa que alcanza el liderazgo informativo en el prime-time. En la Radio, el programa **HERRERA EN LA ONDA** es el segundo más escuchado de las mañanas y **EUROPA FM** es la cadena musical que más crece.

Sin duda alguna, el talento y compromiso de los empleados del **GRUPO ANTENA 3** son los ingredientes que hace posible el éxito de cada uno de los proyectos que hemos emprendido en 2007. Somos conscientes de que la capacidad para atraer y retener a los mejores profesionales se ha convertido en un factor clave de éxito en un sector tan competitivo como el audiovisual.

En este sentido, quisiera destacar el esfuerzo de formación llevado a cabo por la Compañía en los últimos años para mejorar la competitividad y la cualificación de nuestros empleados. Nuestro equipo afronta con garantías los nuevos retos del sector y de la sociedad. Trabaja para informar y entretener, pero aplicando valores como la libertad de expresión, la transparencia, la protección de la infancia y el respeto a la diversidad y accesibilidad.

Por último, pero no por ello menos importante, me gustaría resaltar el papel de nuestra **FUNDACIÓN**, que realiza una intensa labor para poner nuestro talento, medios y capacidad de convocatoria al servicio de numerosos proyectos sociales. Durante 2007, la **FUNDACIÓN** ha consolidado su **PROGRAMA DE ASISTENCIA HOSPITALARIA**, así como otras iniciativas destinadas a la promoción de valores.

Esperamos que éste sea un documento útil, que sepa transmitir nuestro modo de entender la comunicación social, porque sólo respondiendo de forma activa a las expectativas que generamos en la sociedad, podremos hacer del **GRUPO ANTENA 3** un gran medio del que sentirnos orgullosos.

JOSÉ MANUEL LARA

Presidente del Grupo Antena 3

LIBERTAD DE EXPRESIÓN

**HACEMOS DEL
RIGOR Y LA
LIBERTAD
PROFESIONAL
NUESTRO
PRINCIPIO.
OFRECEMOS
INFORMACIÓN
VERAZ,
CONTRASTADA
Y DAMOS VOZ
A TODOS.**

PRINCIPIOS QUE RIGEN EL INFORME

Para el **GRUPO ANTENA 3**, la elaboración de su primer **Informe de Responsabilidad Corporativa** supone la formalización de una política enfocada a entender los principales dilemas y desafíos a los que se enfrenta el sector audiovisual y la sociedad en su conjunto.

En su proceso de elaboración, se han seguido las directrices marcadas por la guía G3 del Global Reporting Initiative (GRI). De esta forma, se han tenido en cuenta todas las cuestiones que son relevantes para los grupos de interés de la Compañía.

Respecto de los niveles de aplicación definidos por GRI, el **GRUPO ANTENA 3** ha calificado su Informe como A. De esta forma, se han aplicado los principios y orientaciones de la Guía G3, detallándose en cada capítulo tanto el perfil de la organización como el enfoque de gestión. Además, se han recogido todos los indicadores de desempeño que la Guía considera principales.


Este Informe de Responsabilidad Corporativa ha sido coordinado por la Secretaria General y la Dirección de Comunicación y Marketing Corporativo, quienes han contado con la implicación de la Fundación Antena 3 y de la Dirección de Auditoría Interna y Control de Procesos, así como con la

participación de los responsables de las principales áreas de gestión del **GRUPO ANTENA 3**.

El **GRUPO ANTENA 3** ha aplicado los siguientes principios de la Guía GRI G3 para definir los contenidos y garantizar la calidad de la información recogida en este informe:



NIVELES DE APLICACIÓN GRI

		→						
		2002 In Accordance	C	C+	B	B+	A	A+
Optional	Mandatory	Self Declared						
	Third Party Checked			Report Externally Assured		Report Externally Assured		Report Externally Assured
	GRI Checked							



“La Responsabilidad Corporativa está integrada en nuestra estrategia como Compañía.”

Javier Bardají

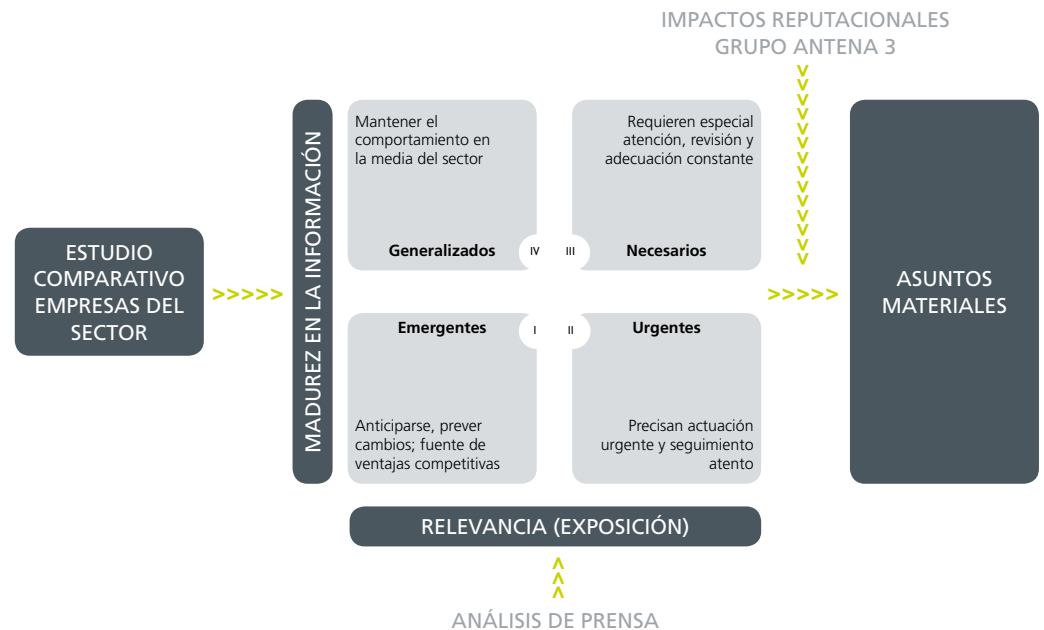
Director de Comunicación y Marketing Corporativo

PRINCIPIO DE MATERIALIDAD

El **GRUPO ANTENA 3** ha llevado a cabo un estudio de materialidad, basado en el estándar AA1000 de Accountability, con la finalidad de identificar los asuntos más relevantes para sus grupos de interés y para la propia Compañía. En concreto se estudiaron los siguientes aspectos:

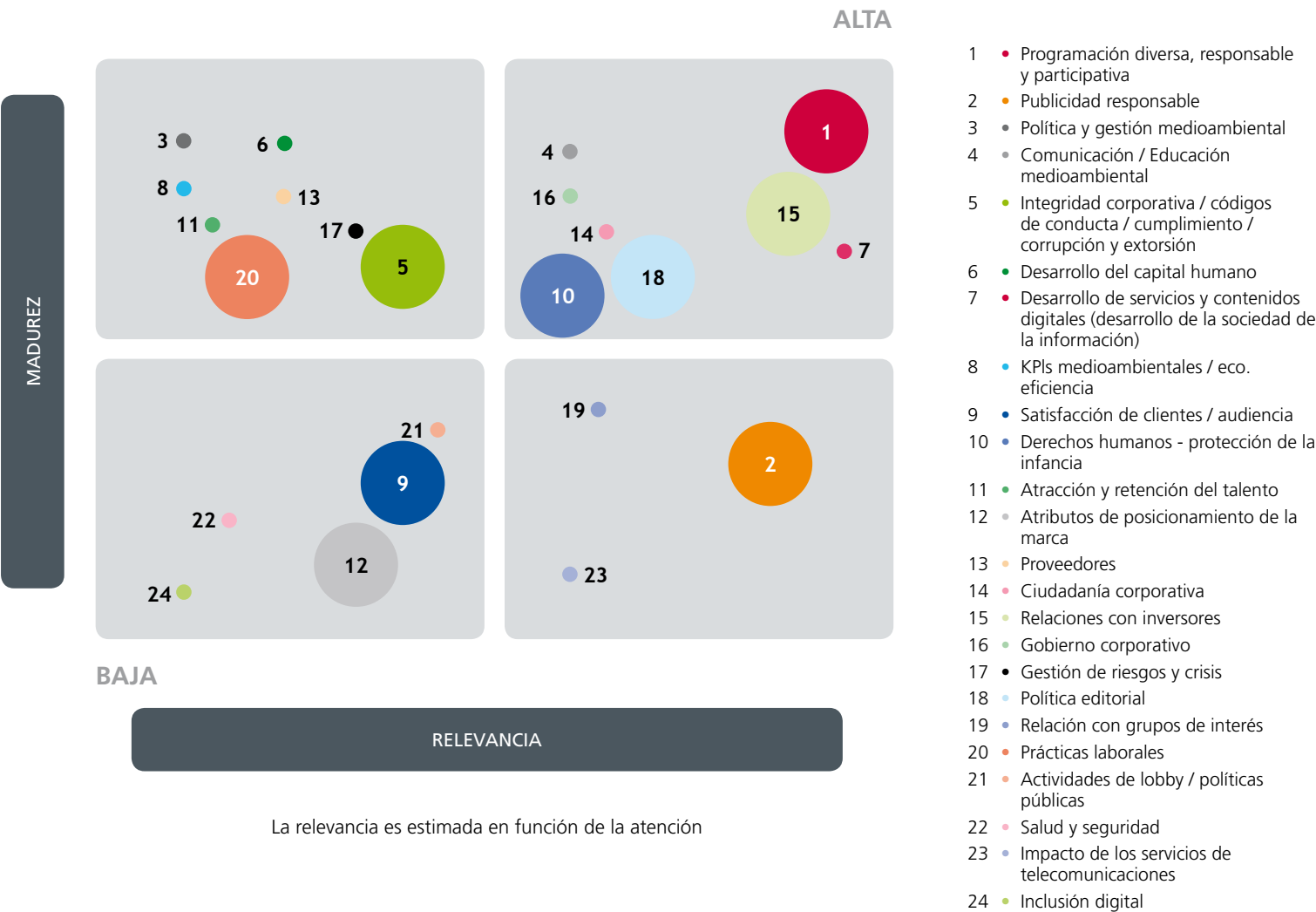
- La madurez de cada uno de los asuntos relevantes en comparación con la atención prestada por otras compañías del sector en el que **ANTENA 3** desarrolla sus operaciones. Para ello se llevó a cabo un análisis de los informes de responsabilidad corporativa de las empresas más representativas por su tamaño y presencia en los índices de sostenibilidad.
- Aquellos asuntos relacionados con la responsabilidad corporativa en el sector audiovisual que son recogidos por los medios de comunicación.

ANÁLISIS DE MATERIALIDAD



Como resultado de este análisis se identificaron los siguientes asuntos materiales (ver cuadro).

ASUNTOS MATERIALES PARA ANTENA 3



CONTEXTO DE SOSTENIBILIDAD

Este informe tiene por objetivo plasmar el desempeño de **ANTENA 3** en cada una de las tres dimensiones de la sostenibilidad: económica, social y ambiental. A lo largo del documento se aporta información para contextualizar cada uno de ellos.

EXHAUSTIVIDAD

En su proceso de elaboración se ha definido claramente su cobertura y alcance, dando prioridad a la información considerada material e incluyendo todos los eventos significativos que han tenido lugar en el año 2007, sin omitir información relevante para nuestros grupos de interés.

Paralelamente a su contenido, se ha determinado la cobertura del Informe, que alcanza las actividades de **ANTENA 3 TV**, **UNIPREX (ONDA CERO y EUROPA FM)** y **ATRES ADVERTISING**. En el caso de existir a lo largo de los capítulos modificaciones en cuanto a la cobertura, éstas han quedado indicadas.

Asimismo, los asuntos relevantes, los indicadores recogidos y la cobertura del Informe de Responsabilidad Corporativa 2007 ofrecen una visión de conjunto de los impactos significativos en el terreno económico, social y ambiental.

COMPARABILIDAD

En la medida en que ha sido posible, la información reflejada se ha organizado de tal manera que los grupos de interés puedan interpretar los cambios experimentados por **ANTENA 3** con respecto a anteriores ejercicios.

EQUILIBRIO

Se incluyen tanto aspectos positivos como negativos, con el objetivo de presentar una imagen no sesgada y de permitir a los grupos de interés realizar una valoración razonable del desempeño de la Compañía.

PRECISIÓN Y CLARIDAD

El Informe contiene numerosas tablas, gráficos y esquemas, con la intención de facilitar la comprensión del mismo. La información recogida pretende ser clara y precisa para poder valorar el desempeño del **GRUPO ANTENA 3**. Además, se han evitado, en la medida de lo posible, el uso de tecnicismos cuyo significado pueda ser desconocido para los grupos de interés.

PERIODICIDAD DE LA INFORMACIÓN

ANTENA 3 tiene el compromiso de informar anualmente de su actuación en el ámbito de la Responsabilidad Corporativa. El presente Informe recoge su desempeño durante el año 2007 en los ámbitos económico, social y ambiental.



Más información sobre Accountability
en <http://www.accountability21.net/>

INNOVACIÓN

**NUESTRA APUESTA
POR LA TDT Y EL
DESARROLLO DE
CANALES ALTERNATIVOS
DE TRANSMISIÓN DE
CONTENIDOS NOS DA EL
VALOR DE QUIEN CREE
EN EL FUTURO.**

¿QUIÉNES SOMOS?

El principal grupo español de comunicación.

Operamos, entre otros, en los mercados de la televisión en abierto y en la radio comercial. **ANTENA 3** cotiza en Bolsa desde el 29 de Octubre del año 2003.

ANTENA 3 se constituyó como Compañía en 1988, consiguiendo la adjudicación de una de las primeras tres licencias de televisión privada

licitadas en España. La cadena se convirtió en la primera oferta privada de televisión que pudieron disfrutar los españoles –sus emisiones regulares se estrenaron el 25 de enero de 1990– y pronto empezó a desarrollarse como una de las referencias audiovisuales del mercado español.

Desde el año 1993, el **GRUPO ANTENA 3** ha desarrollado una estrategia de diversificación con

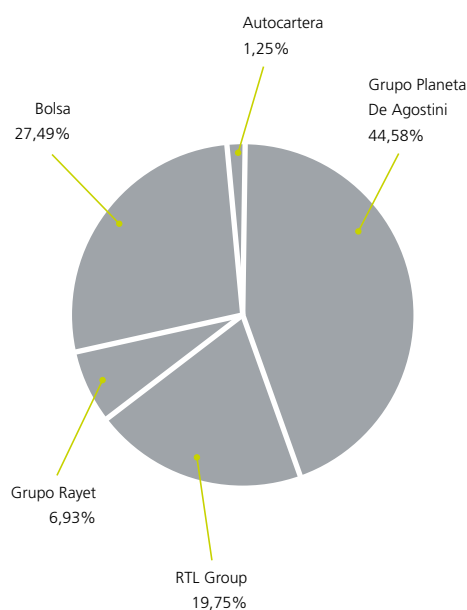
el objeto de dotar a la Compañía de vías adicionales de crecimiento. Esta estrategia se ha intensificado en los últimos años. De este modo, el **GRUPO ANTENA 3** está compuesto por su empresa matriz, **ANTENA 3 DE TELEVISIÓN S.A.** y sus empresas filiales y asociadas:

Denominación Social	Actividad	Sociedad Tenedora	2007
Antena 3 Editorial, S.A.U.	Gestora de derechos	Antena 3 de Televisión, S.A.	100%
Antena 3 Multimedia, S.L.U.	Gestiones comerciales por televisión	Antena 3 de Televisión, S.A.	100%
Atres Advertising, S.L.U.	Gestión de publicidad	Antena 3 de Televisión, S.A.	100%
Antena 3 Films, S.L.U.	Producciones Audiovisuales	Antena 3 de Televisión, S.A.	100%
Movierecord Cine, S.A.U.	Publicidad en salas cinematográficas	Antena 3 de Televisión, S.A.	100%
Publicidad 3, S.A.U.	Servicios de radiodifusión	Antena 3 de Televisión, S.A.	100%
Unipublic, S.A.U.	Organización de eventos deportivos	Antena 3 de Televisión, S.A.	100%
Uniprex TDT de Canarias, S.L.U.	Televisión Digital Terrenal Local	Antena 3 de Televisión, S.A.	100%
Antena de Radiodifusión, S.A.U.	Servicios de radiodifusión	Publicidad 3, S.A.U.	100%
Medipress Valencia, S.A.U.	Servicios de radiodifusión	Publicidad 3, S.A.U.	100%
Uniprex, S.A.U.	Servicios de radiodifusión	Publicidad 3, S.A.U.	100%
Antena 3 Televisión Digital Terrestre de Canarias, S.A.U.	Televisión Digital Terrenal Local	Uniprex, S.A.U.	100%
Canal Media Radio Galicia, S.L.U.	Servicios de radiodifusión	Uniprex, S.A.U.	100%
Canal Media Radio, S.A.U.	Servicios de radiodifusión	Uniprex, S.A.U.	100%
Compañía Tres Mil Ochocientos, S.L.U.	Servicios de radiodifusión	Uniprex, S.A.U.	100%
Corporación Radiofónica Castilla León, S.A.U.	Servicios de radiodifusión	Uniprex, S.A.U.	100%
Estaciones Radiofónicas de Aragón, S.A.U.	Servicios de radiodifusión	Uniprex, S.A.U.	100%

Denominación Social	Actividad	Sociedad Tenedora	2007
Grupo Universal de Emisoras de Radio Amanecer, S.A.U.	Servicios de radiodifusión	Uniprex, S.A.U.	100%
Ipar Onda, S.A.U.	Servicios de radiodifusión	Uniprex, S.A.U.	100%
La Veu de Lleida, S.L.U.	Servicios de radiodifusión	Uniprex, S.A.U.	100%
Onda Cero, S.A.U.	Servicios de radiodifusión	Uniprex, S.A.U.	100%
Ondadit, S.L.U.	Servicios de radiodifusión	Uniprex, S.A.U.	100%
Radio Alamedilla, S.A.U.	Servicios de radiodifusión	Uniprex, S.A.U.	100%
Radio Noticias 90, S.A.U.	Servicios de radiodifusión	Uniprex, S.A.U.	100%
Radio Sistemas Radiofónicos Cinco, S.L.U.	Servicios de radiodifusión	Uniprex, S.A.U.	100%
Radio Tormes, S.A.U.	Servicios de radiodifusión	Uniprex, S.A.U.	100%
Rkor Radio, S.L.U.	Servicios de radiodifusión	Uniprex, S.A.U.	100%
Unión Ibérica de Radio, S.A.U.	Servicios de radiodifusión	Uniprex, S.A.U.	100%
Uniprex Televisión, S.L.U.	Gestión indirecta servicio TV	Uniprex, S.A.U.	100%
Uniprex Televisión Digital Terrestre Catalana, S.L.U.	Televisión Digital Terrenal Local	Uniprex, S.A.U.	100%
Uniprex TDT de Andalucía, S.L.U.	Televisión Digital Terrenal Local	Uniprex, S.A.U.	74,2%
Uniprex Valencia TV, S.L.U.	Televisión Digital Terrenal Local	Uniprex, S.A.U.	100%
Organizaciones Deportivas y Culturales Unipublic, S.A.U.	Organización de eventos deportivos	Unipublic, S.A.U.	100%
Canal Radio Castilla y León, S.L.U.	Servicios de radiodifusión	Canal Media Radio, S.A.U.	100%
Canal Radio Valencia, S.L.U.	Servicios de radiodifusión	Canal Media Radio, S.A.U.	100%
I3 Televisión, S.L.	Prestación servicios informáticos	Antena 3 de Televisión, S.A.	50%
VNews Agencia de Noticias, S.L.	Grabación y reproducción audiovisual	Antena 3 de Televisión, S.A.	50%
V Sat Compañía de Producciones, S.L.	Servicios de transmisión	Antena 3 de Televisión, S.A.	45%
Canal Factoría de Ficción, S.A.	Producción programas de ficción	Antena 3 de Televisión, S.A.	40%
Corporación Radiofónica Región de Murcia, S.A.	Servicios de radiodifusión	Uniprex, S.A.U.	50%
Teledifusión Madrid, S.A.	Servicios de radiodifusión	Uniprex Televisión, S.L.U.	10%

Entre sus accionistas figuran compañías multinacionales líderes en el sector de la comunicación y de los contenidos, como el Grupo Planeta De Agostini y RTL.

COMPOSICIÓN ACCIONARIAL ANTENA 3 TV A 31 DICIEMBRE 2007



NUESTRAS ACTIVIDADES

ANTENA 3 TV es la sociedad adjudicataria de la concesión para la gestión indirecta del servicio público de televisión y la marca más reconocida del Grupo, al que da nombre. En el año 2002, **ANTENA 3 TV** comenzó sus emisiones en Televisión Digital Terrestre a través de sus canales **NEOX** y **NOVA**.

UNIPREX es el holding que aglutina la inversión en radio del **GRUPO ANTENA 3**. Se trata de uno de los principales activos de la Compañía, con dos consolidadas y diferenciadas ofertas: **ONDA CERO** (radio convencional) y **EUROPA FM** (radio-fórmula). Recientemente, ha comenzado a operar en el mercado de la televisión digital local, a través de la sociedad **UNIPREX TELEVISIÓN, S.L.U.** y de su marca **VER-T**.

ATRES ADVERTISING es la empresa líder en el sector de exclusivistas de publicidad por volumen de facturación. No se limita a ser un mero proveedor de espacios publicitarios, sino que apuesta por la comunicación multisector. Su objetivo es trabajar con el cliente en la elaboración de su plan de comunicación, aportando el asesoramiento necesario tanto en planificación, como en creatividad.

ANTENA 3 MULTIMEDIA nace en 2006 con el fin de ser el motor de la actividad del Grupo Antena 3 en el mercado de las nuevas tecnologías. Su objetivo es la explotación de contenidos en soportes no convencionales, como internet y la telefonía fija y móvil.

UNIPUBLIC es la Compañía líder en la organización de eventos. Posee dos grandes líneas de negocio: la centrada en acontecimientos deportivos, especialmente competiciones de ciclismo (Vuelta Ciclista a España); y la referida a la producción, estructuración, comercialización y explotación de todo tipo de acontecimientos no deportivos.

MOVIERECORD gestiona la publicidad en salas de cine. Actualmente cuenta con un importante número de recintos en España en régimen de exclusiva, lo que la convierte en una de las principales empresas españolas de este sector. Además, posee la agencia líder en promociones de cine, Below the Screen.



Más información sobre el Grupo Antena 3 en <http://www.antena3.com>



ANTENA 3



MULTI MEDIA



EL VALOR DE LA MARCA ANTENA 3

La imagen de marca constituye un activo fundamental en un sector tan competitivo y dinámico como el audiovisual. Con la convergencia de los distintos canales de distribución de contenidos (internet, televisión, radio, cable, etc.), la importancia de la marca ha aumentado aún más. Los ciudadanos pueden elegir entre un enorme caudal de contenidos a través de un simple clic o pulsando el mando a distancia. En este contexto, el reconocimiento de la marca, y su asociación a valores como la credibilidad o la profesionalidad, es imprescindible para lograr el reconocimiento por parte de los consumidores.

En Diciembre de 2007, el **GRUPO ANTENA 3** aprobó la creación de un logotipo que servirá de marca paraguas. A través de él se pretende trasladar a sus diferentes grupos de interés el conjunto de actividades y empresas que aglutina.

En definitiva, el mensaje que se quiere transmitir con esta nueva imagen es que **ANTENA 3** es un **Grupo de Comunicación Multimedia**. Los ejes del diseño han sido:

Grupo de comunicación multimedia

Vinculación a Antena 3 TV

Cercano - próximo

Crecimiento

Multimarca

Cada una de las partes de la identidad visual simboliza las diferentes empresas y actividades que forman el Grupo. El color granate, cuyos valores son la fuerza y la calidez, combinado con la sobriedad de las formas, confiere al conjunto prestigio y calidad.



GRUPO ANTENA 3

INGRESOS PUBLICITARIOS NETOS DEL GRUPO ANTENA 3

MILES DE €



EVOLUCIÓN INGRESOS DE EXPLOTACIÓN GRUPO ANTENA 3

MILES DE €



EVOLUCIÓN BENEFICIO DE EXPLOTACIÓN GRUPO ANTENA 3

MILES DE €



DIVIDENDO POR ACCIÓN GRUPO ANTENA 3

€



EL GRUPO ANTENA 3 EN 2007

El pasado año ha estado marcado para el **GRUPO ANTENA 3** por un conjunto de actividades enfocadas a mejorar la competitividad de la Compañía en los mercados que opera; sin olvidar la responsabilidad que ha asumido con respecto a sus grupos de interés. Eficiencia y compromiso han ido, por tanto, de la mano en 2007.

EFICIENCIA

En 2007, el **GRUPO ANTENA 3** continuó cumpliendo con los objetivos previstos en su Plan Estratégico. El volumen de negocio experimentó un crecimiento del 1,5%, con respecto a 2006, hasta alcanzar los 1.016 millones de euros. El beneficio neto alcanzó los 200 millones de euros.

COMPROMISO

La **FUNDACIÓN ANTENA 3** canaliza gran parte de los compromisos solidarios del Grupo. A lo largo de 2007 ha organizado numerosas campañas, fundamentalmente dirigidas a niños y jóvenes.

Con motivo del Día Mundial de la Infancia, la **FUNDACIÓN ANTENA 3**, con la colaboración de **ONDA CERO** y **ANTENA 3 TV**, puso en marcha una campaña para difundir los derechos de la infancia. Otra iniciativa, en este caso organizada junto a la Fundación Inocente Inocente, logró recaudar

cerca de 1.300.000 euros, que fueron destinados a diversas asociaciones, como la Federación Española de Enfermedades Raras, con el fin de ayudar a niños y adolescentes en el tratamiento de sus enfermedades.

Por otro lado, **ANTENA 3 TV** ha venido realizando a lo largo de 2007 numerosas campañas de sensibilización, como la tradicional Campaña de Seguridad Vial.

VANGUARDIA

La TDT e internet, son los grandes protagonistas de una nueva era de la comunicación que modificarán – están modificando – nuestros hábitos de consumo audiovisual. En ambas, el **GRUPO ANTENA 3** ha realizado un gran esfuerzo económico y creativo, porque en ellas se encierra la clave de la comunicación del futuro.

2007 ha sido el año de la consolidación de la oferta digital de **ANTENA 3 TV**. El Grupo ha sido la primera empresa audiovisual española que ha producido programas específicos para su emisión en la TDT. La inversión se ha duplicado respecto a 2006 y, en consecuencia, **ANTENA.NEOX** y **ANTENA.NOVA** han cerrado el año como las cadenas más vistas.

El **GRUPO ANTENA 3** lidera en la actualidad el panorama audiovisual en internet. No en vano, es la primera empresa española que ha conseguido situarse en todos sus frentes: primera televisión española en ofrecer sus series íntegras desde internet, primera en lanzar un canal de vídeos creados por los espectadores, primera en mostrar su contenido en Youtube y primera televisión en comercializar la descarga de vídeos para complementar su oferta comercial.

SOLIDEZ

El **GRUPO ANTENA 3** y Globomedia cerraron un acuerdo para la producción de series de ficción y programas de entretenimiento para televisión. Con esta alianza, que tendrá una vigencia de tres

años, Globomedia se compromete a producir para la cadena anualmente un volumen mínimo garantizado de series de ficción y programas de entretenimiento. El pacto asegura la exclusividad absoluta de los grupos creativos de Globomedia.

ONDA CERO y Marca unieron sus fuerzas en el mercado de la información deportiva tras firmar una alianza de colaboración. Mediante este acuerdo, se crea una fuerte sinergia entre el diario deportivo Marca, la emisora Radio Marca y el área de deportes de **ONDA CERO**, que pone a disposición de sus lectores y oyentes la mejor oferta deportiva elaborada por el equipo más competitivo del mercado español.

UNIPREX adquirió el 100% de las acciones de Unión Ibérica de Radio (UIR), fortaleciendo así su red de emisoras por toda España.

Asimismo, **ANTENA 3 TV** y Disney-ABC International TV alcanzaron un acuerdo por el que la cadena española ha adquirido los derechos de emisión para España de exitosas producciones de ficción americana: **PRIVATE PRACTICE**, **DIRTY SEXY MONEY** y **ELI STONE**, de la factoría ABC. El acuerdo también incluye la renovación de **THE SUITE LIFE OF ZACK & CODY** y **CORY IN THE HOUSE**, de Disney Channel.

INNOVACIÓN

El **GRUPO ANTENA 3** lanzó en Vodafone live! el primer canal de televisión en el móvil con series completas. De esta forma, la operadora y la cadena de televisión ofrecen capítulos completos y temporadas íntegras de algunas de las series de más éxito de la cadena.

Además, se ha firmado un acuerdo pionero en España con Nokia para ofrecer contenidos de televisión a través de su servicio Video Center. Gracias a él los usuarios del servicio pueden a partir de ahora, acceder de una manera sencilla y directa a los mejores contenidos de la cadena.

IDENTIDAD

El pasado mes de Septiembre, **ANTENA 3 NOTICIAS** estrenó escenografía, grafismo e imagen corporativa en sus informativos para potenciar las señas de identidad que le han convertido en referencia.

La tecnología más avanzada se pone al servicio de la información para mejorar la forma de contar las noticias, incorporando nuevos materiales y manteniendo el azul como seña de identidad. Asimismo, el Consejo de Administración aprobó la nueva imagen corporativa del **GRUPO ANTENA 3**. El objetivo ha sido dotar al Grupo de una marca paraguas que transmita a sus diferentes públicos el conjunto de actividades y empresas que aglutinan.

RECONOCIMIENTO

La serie **EL INTERNADO**, de **ANTENA 3 TV**, y **PONTE A PRUEBA**, de **EUROPA FM**, han sido reconocidos en los Premios Ondas en los apartados de Mejor Serie Española y Mejor Programa de Radio, respectivamente.

ANTENA 3 ha sido distinguida como Medio de Comunicación más Solidario en los Premios Solidarios del Seguro por la puesta en marcha del canal FAN 3, el primer canal de televisión infantil que, impulsado por la **FUNDACIÓN ANTENA 3**, está especialmente diseñado para los niños hospitalizados.

La **FUNDACIÓN ANTENA 3** ha sido galardonada con el premio de la Asociación de Centros Infantiles de Zaragoza y provincia, ACEINZAR. Dicha distinción es un reconocimiento a la labor que la Fundación ha desarrollado en actividades que puedan mejorar la situación de la Infancia y Primera Juventud.

La Asociación Internacional PROMAX&BDA ha concedido a la cadena dos galardones: la Musa de Oro por la campaña de lanzamiento de la nueva temporada de **LOS HOMBRES DE PACO**, y la Musa de Plata por la campaña de continuidad corporativa **VERANO EN ANTENA 3**.

El 21 de Noviembre de 2007 **Matías Prats** fue galardonado en la IX edición de los premios la Academia de las Ciencias y las Artes de la televisión.

PUBLICIDAD RESPONSABLE

**SER EFICACES
COMERCIALMENTE
SIGNIFICA DAR EL MEJOR
SERVICIO A NUESTROS
ANUNCIANTES, PERO
TAMBIÉN OFRECER
IMPACTOS PUBLICITARIOS
DE CALIDAD QUE RESPETEN
Y PROTEJAN A NUESTRA
AUDIENCIA.**

HITOS 2007 Y RETOS 2008

	HITOS 2007	RETOS 2008
Responsabilidad Corporativa	Elaboración del 1er Informe de Responsabilidad Social Corporativa	Verificar el Informe de Responsabilidad Corporativa 2008 Formalizar un proceso de consulta con los grupos de interés para definir el contenido del Informe de Responsabilidad Corporativa 2008 Definir un Plan Director de Responsabilidad Corporativa para el periodo 2009-2011
Generación de valor	Valor económico generado de 1.016 millones de € durante el año 2007 Valor económico distribuido de 705 millones de € durante el año 2007 El 65% de las conferencias y “roadshows” contaron con la participación de algún miembro del Comité de Dirección Aprobación de la nueva imagen corporativa del GRUPO ANTENA 3	Participar en un número de eventos similar a 2007, con el mismo nivel de calidad, con el fin de mantener el grado de interés de los mercados financieros Mantener el nivel de participación del Management en la actividad de Relación con Inversores, verificando una participación similar a la de 2007
Audiencias	ANTENA 3 TV alcanza el liderazgo en informativos por tercer año consecutivo, siendo la única cadena privada europea que lo consigue en el prime time ONDA CERO alcanza los 1.997.000 oyentes y 15,8% de “share” (en la última Ola del EGM 2.007, lunes a viernes) ONDA CERO consigue 135.000 oyentes más respecto al año 2006, lo que supone un incremento del 7% HERRERA EN LA ONDA alcanza los 1546.000 oyentes, convirtiéndose en el segundo programa de radio convencional más escuchado EUROPA FM es la cadena de radio musical que más crece según la última oleada del EGM, alcanzando los 868.000 oyentes (su mejor dato histórico), un 68% más respecto al mismo periodo del año 2006	Seguir consolidando nuestras ofertas y programas acercándonos y anticipándonos a los gustos de los espectadores y oyentes de radio, creciendo en audiencia

	HITOS 2007	RETOS 2008
Publicidad responsable	<p>Record de facturación total ATRES ADVERTISING</p> <p>Incremento récord de ratio de eficacia en ANTENA 3 TV</p> <p>Máximo ingreso por oyente en ONDA CERO</p> <p>ATRES ADVERTISING se introduce en el mercado de Internet</p> <p>Incremento del peso de Soluciones Especiales y récord de facturación</p> <p>Creación de nuevos productos multimedia</p>	<p>Superar el record de ATRES ADVERTISING nuevamente</p> <p>Superar el record de ratio de facturación y de eficacia de ANTENA 3 TV</p> <p>Establecer máximos históricos de facturación en televisión, TDT, radio, internet, y prensa gratuita</p> <p>Crecer muy por encima de la media del mercado en TDT, EUROPA FM, MOVIERECOD, internet y el diario gratuito ADN</p> <p>Consolidar la oferta digital: TDT e internet</p> <p>Impulsar la publicidad en el móvil como nueva línea de negocio</p> <p>Seguir manteniendo el posicionamiento único y diferencial en el mercado publicitario</p> <p>Maximizar la eficacia comercial en todos los soportes</p>
Desarrollo digital del entorno	<p>Liderazgo en TDT con el canal NEOX</p> <p>La audiencia del canal NEOX en el año 2007se ha triplicado pasando del 0,13% en enero a 0,39% en diciembre</p>	<p>Consolidar el liderazgo de NEOX</p> <p>Contribuir al desarrollo de la TDT con una oferta atractiva y novedosa</p>
Empleados	<p>La inversión en formación alcanza los 1.065.380 euros</p> <p>El Plan de formación 2007 extiende un catálogo de más de 400 cursos para empleados</p>	<p>Mantener la plantilla a la vanguardia del conocimiento tecnológico, a través de un catálogo de formación, especialmente la TDT y la alta definición</p> <p>Firma de un nuevo convenio colectivo para ANTENA 3 TV</p>
Sociedad	<p>Consolidación del CANAL FAN3 y del resto de las actividades que componen el Programa de Asistencia Hospitalaria de la FUNDACIÓN ANTENA 3, a través de convenios de colaboración con hospitales españoles</p> <p>Creación de fórmulas de colaboración con los medios del Grupo para la difusión de campañas de sensibilización en valores de la FUNDACIÓN ANTENA 3</p> <p>Incorporación de proyectos de naturaleza corporativa a las actividades de la FUNDACIÓN ANTENA 3</p>	<p>Incrementar las fuentes de financiación para garantizar la sostenibilidad de los proyectos en curso</p> <p>Puesta en marcha de nuevos campos de actuación</p> <p>Incorporación de nuevas herramientas de comunicación para la difusión de los valores de la FUNDACIÓN ANTENA 3</p>
Medio Ambiente	<p>Entre 2005 y 2007, ANTENA 3 logró reducir su consumo de papel en 4.4 toneladas</p> <p>El uso de materiales altamente energéticos genera un ahorro de 133.000 € (- 9,5%)</p> <p>Cálculo por primera vez nuestras emisiones de CO2: 347,29 t de CO2 eq</p>	<p>Introducción de nuevos indicadores medioambientales en la gestión operativa</p> <p>Proyecto de transición del sistema de iluminación convencional al sistema LED</p>



GRUPOS DE INTERÉS
VISIÓN
RESPONSABILIDAD
VALORES
PARTICIPACIÓN
ACCESIBILIDAD
LIBERTAD DE EXPRESIÓN
TRANSPARENCIA

CONFIANZA
ESTRATEGIA
MISIÓN

**LA RESPONSABILIDAD
CORPORATIVA EN EL
GRUPO ANTENA 3**

PARA EL GRUPO ANTENA 3 LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA CONSISTE EN DESARROLLAR UN MODELO DE NEGOCIO QUE GENERE CRECIMIENTO ECONÓMICO Y PROGRESO SOCIAL; Y QUE DESPIERTE LA CONFIANZA DE LOS GRUPOS DE INTERÉS PARA PODER CUMPLIR CON NUESTROS OBJETIVOS Y OBLIGACIONES SOCIALES.

NUESTRO MODELO DE RC

Entendemos la responsabilidad corporativa como el proceso de integración de las expectativas de nuestros grupos de interés en la estrategia de la Compañía. Somos un grupo de comunicación contemporáneo, cuyos criterios de actuación se basan en la transparencia, la libertad de expresión y la defensa de los principios que unen a la sociedad.

El establecimiento de relaciones de confianza con nuestros grupos de interés constituye un aspecto de vital importancia en nuestra estrategia de responsabilidad corporativa.

Operamos en un sector que experimenta grandes transformaciones. Esta situación demanda una constante evolución y adaptación a las expectativas de nuestros grupos de interés mediante el establecimiento de políticas económicas, sociales y ambientales.

ANTENA 3 ha identificado los siguientes grupos de interés estratégicos. Ellos son los que tienen la capacidad de influir en la consecución de nuestros objetivos:



ASUNTOS RELEVANTES EN RESPONSABILIDAD CORPORATIVA



GRUPO ANTENA 3



- COMUNICACIÓN RESPONSABLE
- PUBLICIDAD RESPONSABLE
- IMPULSO DEL TALENTO
- CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO DIGITAL DEL ENTORNO
- GENERACIÓN DE VALOR
- RESPONSABILIDAD CON LA SOCIEDAD
- COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

GRUPOS DE INTERÉS ANTENA 3



RESPUESTA DEL GRUPO ANTENA 3 ANTE LOS RETOS DE LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

Asunto	Grupo de interés implicado	Respuesta del GRUPO ANTENA 3
Comunicación responsable	Centrales de medios	Los principios editoriales clave del GRUPO ANTENA 3 se basan en los valores de transparencia, libertad de expresión y ser reflejo de la sociedad
	Anunciantes	La información es la columna vertebral del GRUPO ANTENA 3
	Audiencias	Compromiso del GRUPO ANTENA 3 con la infancia
		Impulso de medidas específicas para la lucha contra la violencia de género
Publicidad responsable	Anunciantes	No emisión de publicidad de contenidos pornográficos, de juego o contenidos que puedan inducir al engaño
	Audiencias	Protección de los menores
	Competidores	Miembro activo de asociaciones sectoriales con las que ha firmado acuerdos para el impulso de la publicidad responsable
	Centrales de medios	
Impulso del talento	Empleados	Apuesta por la formación de sus empleados
		Amplia cartera de beneficios sociales
		Promoción de la diversidad, igualdad, comunicación y participación
		Convenios de colaboración con universidades
Contribución al desarrollo digital del entorno	Audiencias	Compromiso del GRUPO ANTENA 3 con la TDT
	Proveedores	
	Organismos reguladores	
	Competidores	
	Sociedad	
Generación de valor	Accionistas	Valor económico distribuido de 705 millones de €
		Canales de comunicación específicos para inversores y accionistas
Responsabilidad con la sociedad	Todos los grupos de interés	Creación de la FUNDACIÓN ANTENA 3
		Campañas de concienciación en distintos ámbitos
		Adhesión a la Carta Europea de Seguridad Vial
		Promoción y profesionalización del voluntariado
		Convenios de colaboración con universidades y entidades del tercer sector
Compromiso con el medio ambiente	Todos los grupos de interés	Publicación del Primer Informe de Responsabilidad Corporativa del GRUPO ANTENA 3
		Inversión en tecnologías ecoeficientes
		Sensibilización de la opinión pública en responsabilidad medioambiental

Nuestra política de Responsabilidad Corporativa gira entorno a seis ámbitos de actuación que tienen como objetivo lograr que el **GRUPO ANTENA 3** sea una Compañía admirada y reconocida por contribuir al equilibrio social y a la participación democrática mediante la información.



CONTENIDOS Y PUBLICIDAD RESPONSABLE

El **GRUPO ANTENA 3** es consciente de que la violencia de género es un problema que necesita la implicación de todos los agentes de la sociedad y, por supuesto, la de los medios de comunicación.

El pasado mes de Noviembre, **ANTENA 3 TV**, como miembro de UTECA (Unión de Televisiones Comerciales), firmó un acuerdo con el Gobierno para poner en marcha cuatro medidas contra la violencia de género.

1. En toda información sobre episodios de violencia de género, se incluirá mención expresa al teléfono contra los malos tratos, el 016, de modo que la sociedad, y especialmente las mujeres que puedan estar sufriendo violencia, tengan presente este recurso, que está a su disposición las 24 horas del día todos los días del año.
2. Cada vez que se produzca una sentencia judicial relativa a un caso de violencia de género que haya sido noticia, se ofrecerá también información sobre dicha sentencia. Así, se elimina cualquier sensación de impunidad que pueda haber en la sociedad ante estos crímenes.

EL GRUPO ANTENA 3 apoya la lucha contra la violencia de género

3. En las informaciones sobre malos tratos o asesinatos de mujeres, se pondrá énfasis en la gravedad del crimen cometido, en la agresión que eso supone, además de para la víctima, para toda la sociedad. Y ello, en el contexto de un problema colectivo en cuya resolución debemos implicarnos todos por encima de la experiencia personal y el hecho particular de cada episodio de violencia.
4. El Gobierno junto con las cadenas de televisión, constituirán un grupo de trabajo formado por expertos aportados por ambas partes para trabajar a medio plazo en el tratamiento informativo que debe darse a estos temas y, más allá de ellos, a la corriente a favor de la igualdad y del cambio social que debe inspirar todos los contenidos informativos.

Además, la estrategia publicitaria del **GRUPO ANTENA 3**, es sensible a los valores editoriales de la Compañía, como por ejemplo la libertad de expresión, la pluralidad y la independencia.

APOYO A LA INFANCIA

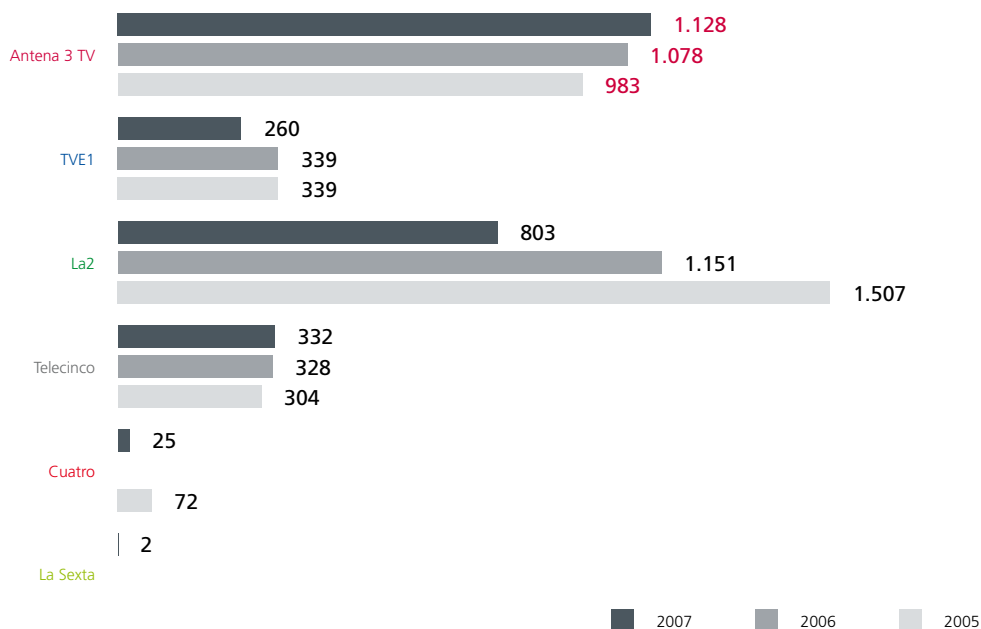
Somos la cadena privada que más programación infantil emite: un total de 1.128 horas en 2007, lo que demuestra nuestro compromiso con este segmento de la población.

LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y TRANSPARENCIA

La libertad de expresión y la transparencia son valores indispensables en la actividad de la Compañía y de los profesionales que la integran. Ambos principios cobran especial relevancia en aquellas áreas vinculadas directa o indirectamente con los servicios informativos, así como con los departamentos que mantienen relación con los grupos de interés.

En este sentido, en 2007 el **GRUPO ANTENA 3** puso en manos de los profesionales de la información de la Compañía, y por extensión de toda la sociedad, una herramienta para pulsar el estado de la opinión pública en asuntos de interés social y político. El barómetro, difundido por **ANTENA 3** y **ONDA CERO**, ofrece en forma de encuesta una fotografía del estado de opinión de la sociedad en un momento determinado.

HORAS EMITIDAS DE PROGRAMACIÓN INFANTIL



ACCESIBILIDAD

El **GRUPO ANTENA 3** considera que el acceso a la información y al entretenimiento debe ser universal. Para garantizar este derecho a las personas sordas la cadena comenzó a subtitular sus contenidos en el año 2000.

ANTENA 3 TELEVISIÓN ocupa el primer lugar del ranking de subtitulado para sordos. Sus jóvenes cadenas digitales, **ANTENA.NEOX** y **ANTENA.NOVA**, incorporaron este servicio en 2006.

ANTENA.NEOX ha sido la cadena que más horas subtituladas ha emitido durante el año 2007 con 3.737. Por su parte, **ANTENA 3 TV** emitió

un total de 2.804 horas y **antena.nova**, 1.472. Estos datos ponen de manifiesto el compromiso del **GRUPO ANTENA 3** con este colectivo.

Desde el 24 de octubre de 2007, la ley reconoce la Lengua de Signos y garantiza los derechos de las personas sordas, incluido la accesibilidad a los medios.

Grupo líder
en horas de
programación
infantil emitidas

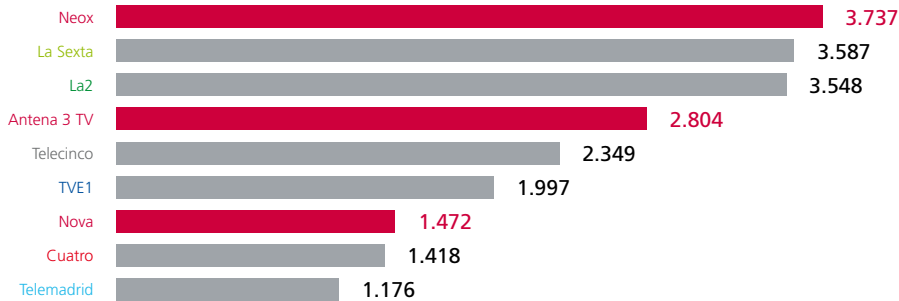
“Seguiremos apostando por la investigación e inversión en métodos que faciliten el acceso de las personas sordas a nuestra oferta televisiva, renovando día a día nuestro compromiso con este colectivo.”

Patricia Ruiz

Responsable de Subtitulación



HORAS SUBTITULACIÓN ACUMULADAS EN 2007



Desde el **GRUPO ANTENA 3** somos conscientes de que debemos seguir trabajando para incrementar el número de programas subtítulos también a los espacios en directo usando la audiodescripción y la lengua de signos.

Para facilitar la accesibilidad de personas ciegas y sordas, el **GRUPO ANTENA 3** seguirá trabajando en las siguientes actividades:

- Investigar e invertir en nuevas tecnologías que para el subtitulado en directo de los informativos.
- Aumentar progresivamente los servicios de accesibilidad a la programación mediante la audiodescripción.
- Seguir colaborando con todas las partes implicadas: asociaciones de sordos, entidades públicas, empresas de investigación, etc.
- Adaptarnos con éxito al cambio tecnológico y aprovechar los nuevos recursos de la TDT.

IMPULSO DEL TALENTO

El éxito en el sector audiovisual depende del talento, de profesionales altamente cualificados, con altas dosis de creatividad y motivación para poder responder a los cambios del entorno.

Apostar por los jóvenes es facilitar su acceso al primer empleo. Al programa de prácticas del **GRUPO ANTENA 3** optan anualmente alumnos de Periodismo y Comunicación Audiovisual, Empresariales, Económicas, Publicidad y Relaciones Públicas, y Telecomunicaciones, entre otros.

El **GRUPO ANTENA 3** mantiene numerosos convenios con las más prestigiosas universidades de toda España para que sus alumnos puedan desarrollar sus habilidades. De julio a septiembre, los alumnos en prácticas aprenden a trabajar en equipo, pueden especializarse en una determinada actividad, o conocer el día a día de una gran empresa de comunicación.

APOYO A LA CULTURA

ANTENA 3 TELEVISIÓN a través de su filial **ANTENA 3 FILMS**, fomenta y contribuye al crecimiento de la industria cinematográfica. Durante el año 2007 se han invertido un total de 40.197.000 euros.

En 2007 **ANTENA 3 FILMS** ha producido **MORTADELO Y FILEMÓN: MISIÓN SALVAR LA TIERRA**, de Miguel Bardem; **COBARDES**, la segunda película dirigida por José Corbacho y Juan Cruz; **EL ÚLTIMO JUSTO**, ópera prima de Manuel Carballo; **SEXYKILLER**, de Miguel Martí, **FUERA DE CARTA**, el debut cinematográfico de Nacho García Velilla, creador de éxitos televisivos; y ha participado en la producción de **VICKY CRISTINA BARCELONA**, la película que Woody Allen ha rodado en España con Penélope Cruz, Scarlett Johansson y Javier Bardem.

300.352 euros
invertidos en
producción de
subtitulados

**GRUPO ANTENA 3**

MISIÓN

La Misión del **GRUPO ANTENA 3** es conseguir el liderazgo y el reconocimiento de sus clientes, mediante la difusión de una oferta atractiva, plural e independiente, que combine la información y el entretenimiento, para transformar así éste valor en ingresos publicitarios.

VISIÓN

Ser un grupo de comunicación multimedia de referencia en el mercado, significa tener la capacidad social de anticiparse a los gustos de la audiencia para mantener un gran atractivo para los anunciantes.

VALORES

VISIÓN A LARGO PLAZO

Supone trabajar en la creación de un proyecto corporativo líder en el sector audiovisual que trata de acercarse al futuro creándolo.

LIDERAZGO

Implica motivar y dirigir a nuestros colaboradores para fomentar su desarrollo y el de la organización. Se manifiesta transmitiendo energía e inspirando confianza para ayudar a la organización a conseguir sus objetivos de negocio.

TRABAJO EN EQUIPO

Fomenta una cultura basada en el establecimiento de relaciones de confianza y respeto entre los empleados y la Compañía. Implica desarrollar la autonomía y la participación en la toma de decisiones, apoyados en los principios de delegación y responsabilidad.

CREATIVIDAD

Impulsar el desarrollo creativo de los empleados, promoviendo la libertad artística y de pensamiento, respetando los valores democráticos y culturales de la sociedad.

COMPROMISO

Implica una actitud de apoyo a la estrategia y a la política de la Compañía. Pone en valor la contribución personal a hacer realidad la visión de la Empresa.

ORIENTACIÓN A RESULTADOS

Dirige nuestro esfuerzo a la consecución de nuestros objetivos, que hacen realidad nuestras ambiciones como Compañía.

GOBIERNO CORPORATIVO

Nuestras políticas y procedimientos de **GOBIERNO CORPORATIVO** tienen como objetivo la consecución de los objetivos generales de la empresa y la protección de los intereses de los accionistas.

Tanto la dimensión de la empresa como su estructura accionarial se considera clave y determinante para definir el nivel de exigencia aplicable a **ANTENA 3** en materia de Gobierno Corporativo.

En el mes de noviembre de 2007 el Consejo de Administración aprobó una importante modificación de su Reglamento, con el fin de adaptarlo al Código Conthe, que supone la incorporación de nuevos criterios de funcionamiento del Consejo y sus Comisiones, así como otras mejoras de carácter técnico jurídico.

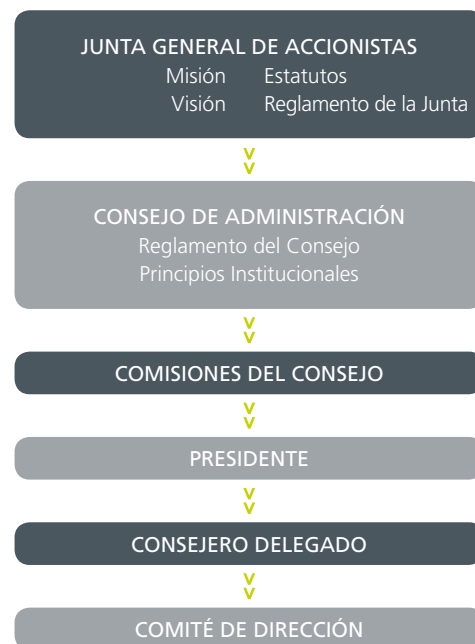
La Junta General de Accionistas es el máximo órgano de representación del capital social del **GRUPO ANTENA 3**. Se reúne como mínimo una vez al año dentro de los seis primeros meses de cada ejercicio para deliberar y adoptar acuerdos de interés estratégico para la Compañía, como el nombramiento y cese de los auditores externos, el examen y la aprobación de las cuentas anuales y, en su caso, la renovación del Consejo de Administración.

El Consejo de Administración determina las orientaciones generales y los objetivos económicos y se asegura que la Compañía responde a las preocupaciones y necesidades de la sociedad española. En consecuencia, el Consejo asume en exclusiva responsabilidades de estrategia (para orientar e impulsar la política de la Compañía), de vigilancia (para controlar las instancias de gestión) y de comunicación (para servir de enlace con los accionistas).

El Consejo de Administración ha creado comisiones especializadas para asegurar la función de asesoramiento al órgano de gobierno colegiado. En la actualidad, están constituidas las siguientes: Comisión Delegada, Comisión de Auditoría y Control y Comisión de Nombramientos y Retribuciones.



Más información sobre las prácticas de gobierno corporativo en el **GRUPO ANTENA 3** en el Informe de Gobierno Corporativo 2007 en <http://www.antena3.com>



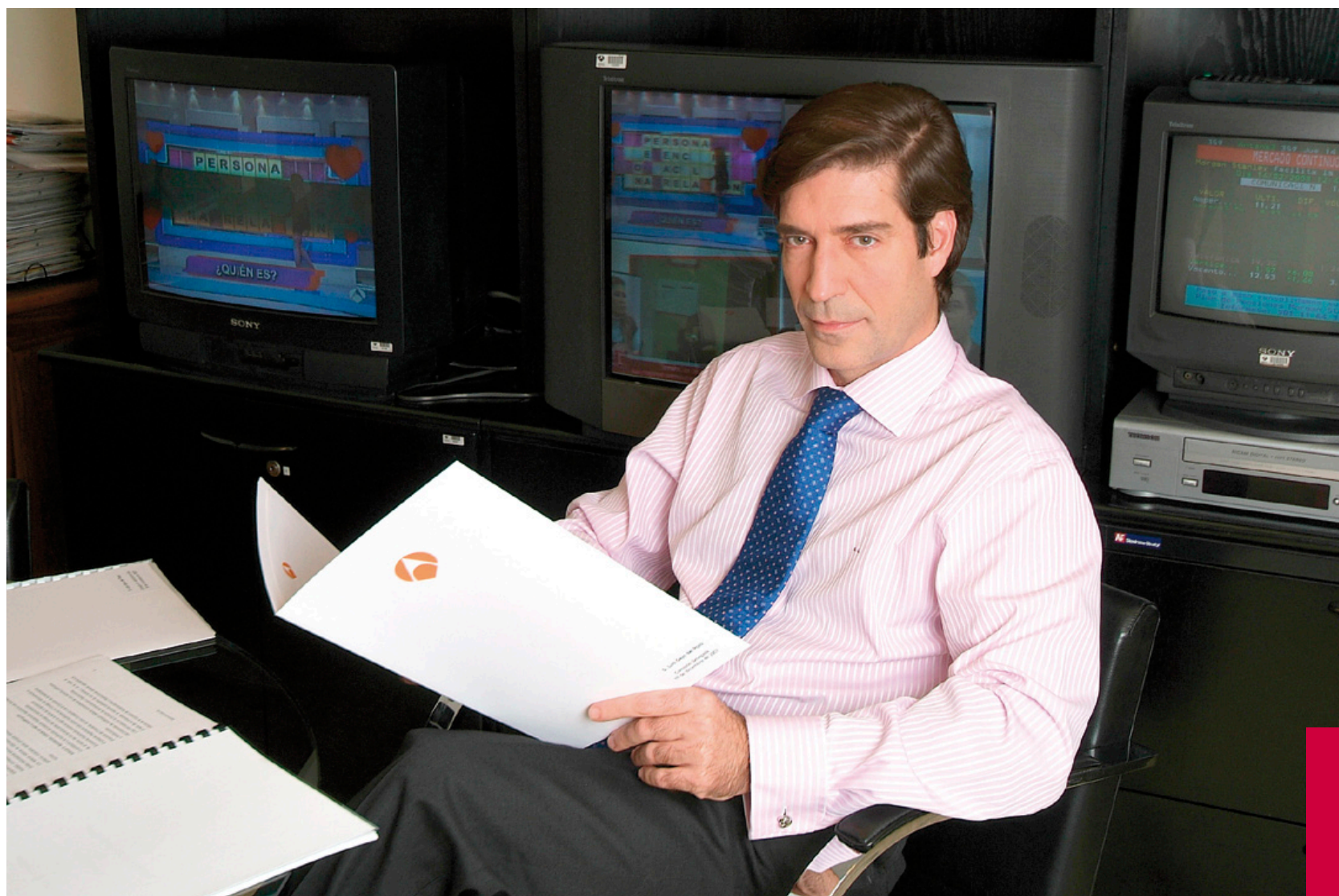
La relación con los mediadores en los mercados financieros se realiza a través de la Oficina de Relación con Inversores, que ofrece información de carácter técnico especializado. La atención al pequeño accionista se hace a través de la Oficina del Accionista, que tiene un mayor nivel de actividad cuando se produce la convocatoria a las Juntas Generales.

ANTENA 3 implantó en la Junta General Ordinaria celebrada en 2007 el voto electrónico. Se añade así un nuevo canal para el ejercicio del derecho de voto, lo que facilita una mayor participación de los accionistas en las juntas.

“En el Grupo Antena 3 la Responsabilidad Corporativa cuenta con el apoyo decidido de la alta dirección”

Luis Gayo

Secretario General y del Consejo de Administración



EL GRUPO ANTENA 3 ANTE LOS RIESGOS Y LAS OPORTUNIDADES

El Modelo de Gestión de Riesgos implantado en el **GRUPO ANTENA 3** es una herramienta de apoyo en la toma de decisiones de la Dirección. Su fin último es ayudar a gestionar eficazmente las incertidumbres y oportunidades para mejorar la capacidad de generar valor.

Los objetivos que persigue el **GRUPO ANTENA 3** con el Modelo de Gestión de Riesgos son los siguientes:

CONSISTENCIA EN LA APLICACIÓN DEL MODELO DE GESTIÓN DE RIESGOS

Garantizar uniformidad en la definición, identificación y medición de riesgos en todas las sociedades del Grupo

ENTORNO DE CONTROL INTERNO

Actualizar los controles existentes y medir su grado de eficacia de manera continua

EVALUACIÓN Y MEJORA CONTINUA

Mejorar de forma continua el modelo a través de herramientas e indicadores que faciliten la evaluación y mejora continua

POLÍTICAS, NORMAS Y PROCEDIMIENTOS DE ACTUACIÓN

Vehículo de comunicación a las áreas de negocio de las diferentes compañías del Grupo

CUMPLIMIENTO DE NORMATIVA Y REGULACIÓN

Asegurar el cumplimiento de toda la regulación y normativa vigente en el ámbito de todos los negocios y operaciones de sus empresas

La gestión de riesgos del **GRUPO ANTENA 3** consta de ocho componentes relacionados entre sí, que no constituyen necesariamente un proceso en serie, sino multidireccional e interactivo en que cualquier componente influye en el otro:



El sistema evalúa el nivel de exposición de riesgos asignados a cada proceso y objetivo estratégico. Los riesgos se han clasificado dentro de las siguientes categorías:



Además de una adecuada segregación de funciones y diferentes niveles de autorización para cada operación, el **GRUPO ANTENA 3** dispone de los siguientes controles:

- Normativas y procedimientos a los que están sujetos los empleados.
- Reglamento interno de conducta en materias relativas a los mercados de valores.
- Procedimientos relacionados con la compra de productos y servicios.
- Procedimientos relacionados con la negociación y venta de publicidad.

- Aplicaciones informáticas corporativas:
 - Sistema de gestión comercial.
 - Sistema de gestión de compras.
 - Sistema de gestión de propuestas de contratación: autorizaciones de todas las contrataciones de servicios del Grupo.

Los sistemas del **GRUPO ANTENA 3** para la gestión de riesgos y el control interno funcionan adecuadamente y, en este sentido, durante 2007 no se ha producido acontecimiento alguno que suponga una brecha a la integridad de la empresa ni de sus empleados.

PROTECCIÓN A LOS MENORES

ANTENA 3 TV no permite el empleo de menores en actividades que puedan suponerles riesgo alguno. Para garantizar la protección de los derechos de los menores se solicita, siempre que el menor vaya a participar en un programa, ya sea como público o en su desarrollo, la autorización por escrito de sus padres o tutores. Cuando se trata de la participación de un menor en obras de ficción, que implican una mayor dedicación por parte del actor, se adoptan todas las medidas necesarias para respetar la compatibilidad entre sus estudios y su labor.



Más información sobre el sistema de gestión de riesgos del Grupo Antena 3 en el Informe de Gobierno Corporativo 2007 en <http://www.antena3.com>

PRESENCIA DE LOS MENORES EN LA PROGRAMACIÓN TELEVISIVA Y PUBLICIDAD (CÓDIGO DE AUTORREGULACIÓN, PÁRRAFO II.2)

- No se emitirán imágenes ni menciones identificativas de menores como autores, testigos o víctimas de actos ilícitos.
- No se utilizarán imágenes ni menciones identificativas de menores con graves patologías o incapacidades con objeto propagandístico o en contra de su dignidad.
- No se mostrará a menores identificados consumiendo alcohol, tabaco o sustancias estupefacientes.
- No se entrevistará a menores identificados en situaciones de crisis (fugados de su casa, que hayan intentado el suicidio, instrumentalizados por adultos para el crimen, involucrados en la prostitución, con sus padres o familiares allegados implicados en procesos judiciales o reclusos en la cárcel, etc.).
- No se permitirá la participación de menores en los programas en los que se discuta sobre el otorgamiento de su tutela en favor de cualquiera de sus progenitores o sobre la conducta de los mismos.
- No se utilizará a los menores en imitaciones de comportamientos adultos que resulten vejatorias.

En los servicios informativos se salvaguarda el derecho a la intimidad de los menores cubriendo o difuminando su rostro cuando su aparición es imprescindible.

Durante el año 2007 se han producido un total de 8 incumplimientos del código de Autorregulación por parte de **ANTENA 3 TV**:

	2007	2006	2005
Nº de incumplimientos Código de Autorregulación	8	7	7

Por otro lado, no se han producido incumplimientos relevantes que hayan implicado la imposición de sanciones para el **GRUPO ANTENA 3** durante el año 2007 derivadas del incumplimiento de leyes y regulaciones.

En el ejercicio 2007 el Tribunal de Defensa de la Competencia resolvió archivar una denuncia presentada contra **ANTENA 3 TV**, por una asociación de autores de música (MUSIMAGEN). No fue el primer caso, porque en el año anterior, otra denuncia similar, presentada contra Antena 3 Televisión por AIE, una de las entidades de gestión de derechos de propiedad intelectual, también fue archivada por ese tribunal.

PARTICIPACIÓN EN EL DESARROLLO DE POLÍTICAS PÚBLICAS

ANTENA 3 TV participa en varios foros sectoriales para poner en práctica medidas alternativas que den satisfacción a la sociedad y a los poderes públicos, principalmente a través de mecanismos de autorregulación. En estos foros se busca también influir en políticas de regulación de las actividades propias de la Compañía y de su entorno competitivo.

UTECA

La Unión de Televisiones Comerciales Asociadas (UTECA) fue fundada por **ANTENA 3 TV** y Telecinco. En la actualidad agrupa a las seis cadenas privadas de ámbito nacional. Desde UTECA, **ANTENA 3 TV** participa activamente en la elaboración de leyes y normas del sector audiovisual, publicitario y de la propiedad intelectual, entre otras.

IMPULSA

Esta asociación fue constituida tras la aprobación por parte del Gobierno de una serie de medidas urgentes destinadas a fomentar la Televisión Digital Terrestre (Ley de 14 de junio de 2005).

ANTENA 3 TV colabora activamente con la Administración en la transición de la televisión analógica a la digital. En "Impulsa" participan también el

resto de operadores privados de ámbito nacional, TVE, la Forta y el operador de red, Retevisión.

ASSOCIATION OF COMMERCIAL TELEVISIÓN IN EUROPE (ACT)

También en el ámbito de la Unión Europea se elaboran Directivas y otras normas que afectan al sector audiovisual español. **ANTENA 3 TV** forma parte de la Association of Commercial Televisión in Europe, que está constituida por los principales grupos audiovisuales privados de Europa para defender sus derechos ante los órganos competentes de la UE.

CONSEJO ASESOR DE TELECOMUNICACIONES Y PARA LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN (CATSI)

En su condición de miembro del Consejo Asesor de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, **ANTENA 3 TV** influye en los informes de la Comisión Permanente de dicho órgano. Estas notificaciones son preceptivas en la tramitación de normas.



Más información sobre UTECA en <http://www.uteca.com>



Más información sobre ACT en <http://www.acte.be>



Más información sobre CATSI en <http://www.mityc.es>

En el ámbito de la autorregulación, **ANTENA 3 TV** ha impulsado la creación y es miembro activo de:

- La Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (Autocontrol de la Publicidad).
- Código de autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia.

Desde Autocontrol de la Publicidad, **ANTENA 3 TV** colabora para un mejor cumplimiento de la normativa publicitaria y de competencia, ampliando las garantías de los anunciantes, de las cadenas de televisión y, sobre todo, de los consumidores.

ANTENA 3 TV forma parte de los dos órganos creados por el Código de Autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia. Su finalidad es ofrecer unas garantías superiores a las previstas por la ley en cuanto a la protección de los menores y, sobre todo la infancia, frente a los contenidos televisivos.

El Comité de Autorregulación revisa las reclamaciones recibidas de los telespectadores y emite sus informes. Además, interpreta las disposiciones del Código buscando siempre las mayores garantías de protección de los niños.

Por su parte, en la Comisión Mixta de Seguimiento participan asociaciones representativas de consumidores y padres, así como la propia Ad-

ministración, a través de los Ministerios de Presidencia e Industria: Esta Comisión recibe y analiza los informes del Comité y elabora un documento anual sobre los resultados de la aplicación del Código, tanto en los contenidos televisivos generales, como en los contenidos publicitarios. Esta última labor la tiene encomendada Autocontrol de la Publicidad.

ANTENA 3 TV participa a lo largo del año en múltiples foros, cursos, seminarios y mesas redondas sobre la actividad normativa y tendencias del sector.

Entre los diversos asuntos relevantes para el sector en los que ha participado **ANTENA 3 TV** a lo largo de 2007, destacan las siguientes acciones:

TELEVISIÓN DIGITAL TERRESTRE

Tras la publicación de la Ley de Medidas Urgentes de Impulso de la TDT, impulsada por el Gobierno en 2005, se inició el proceso para la implantación progresiva de la TDT en la nueva fecha -3 de abril de 2010- prevista por esa Ley.

ANTENA 3 TV viene participando muy activamente en el desarrollo de la TDT con un esfuerzo notable en la oferta de contenidos de sus dos canales **ANTENA.NEOX** y **ANTENA.NOVA**.

APOYO AL CINE ESPAÑOL

El **GRUPO ANTENA 3** está contribuyendo activamente en la generación de una industria cinematográfica fuerte en nuestro país. Solo en el año 2007, el **GRUPO ANTENA 3** ha invertido 40.197.000 euros en la producción y adquisición de derechos de emisión de obras audiovisuales españolas y europeas.

No obstante, la denominada “cuota de inversión obligatoria” por la que los operadores de televisión están obligados a destinar el 5% de sus ingresos anuales a la financiación anticipada de largometrajes y películas para la televisión, es un asunto en el que los reguladores y las cadenas de televisión no han llegado a un acuerdo.

La posición mantenida por **ANTENA 3 TV** y por sus socios de UTECA busca la desaparición de esa cuota de inversión obligatoria que, además de ser única en la actividad económica española, se ha demostrado ineficaz para el fortalecimiento de la industria cinematográfica española. En cambio, la normal actividad de las cadenas de televisión, sin necesidad de gravámenes parafiscales, sí ha sido capaz de crear una robusta industria audiovisual.

FINANCIACIÓN DE LAS CADENAS DE TELEVISIÓN

La televisión privada viene compitiendo desde su nacimiento en 1990 con la una televisión pública (tanto nacional, como autonómica) que se beneficia de un sistema mixto de financiación –ayudas públicas e ingresos publicitarios– que le otorga una clara ventaja.

ANTENA 3 TV y sus socios de UTECA vienen reivindicando históricamente la diferenciación entre los medios de financiación y funciones de los canales públicos y privados.

ANTENA 3 TV entiende que la televisión pública debe obtener su credibilidad y fortaleza por la vía del servicio público y no desde la venta de sus espacios comerciales. La Administración Pública –es- tatal y autonómica– debe hacer una televisión para los ciudadanos, no para los anunciantes.

Gracias a estas actuaciones, los Presupuestos Generales del Estado, aprobados para el ejercicio 2008, han impuesto a TVE una reducción en el límite horario de emisión de publicidad de un minuto respecto al límite general que afecta a todas las cadenas.

Aún considerando que tal reducción es claramente, insuficiente, se ha iniciado, por primera vez, el camino para una verdadera revisión del sistema de financiación de la televisión pública. Esta reforma debería afectar también a las cadenas autonómicas y locales, en consonancia con la iniciativa adopta-

da en ese mismo sentido por la Dirección General de Competencia de la Comisión Europea, o más recientemente, con la propuesta del presidente francés Nicolas Sarkozy de eliminación total de la publicidad en la televisión pública francesa.

REFORMAS RELATIVAS A LA GESTIÓN COLECTIVA DE DERECHOS

La regulación establecida sobre el régimen y prerrogativas de las entidades de gestión colectiva de derechos de propiedad intelectual ha dado lugar a diversos litigios pendientes entre las entidades de gestión y los usuarios de estos derechos.

ANTENA 3 TV pretende conseguir reformas normativas que exijan transparencia a las entidades de gestión colectiva de derechos de propiedad intelectual, estableciendo criterios objetivos, equitativos y adecuados para la aplicación de los precios que esas entidades puedan exigir por la utilización de los distintos repertorios de derechos que verdaderamente gestionen.

Por ello, entendemos que es necesaria una Comisión de Propiedad Intelectual, debidamente especializada tanto en materia de propiedad intelectual, como en economía de mercado y reglas de leal competencia, con capacidad decisoria y agilidad en sus procedimientos que, salvaguardando las garantías procesales de todas las partes, pueda garantizar la seguridad jurídica de los usuarios, y establecer sistemas simplificados.

CONTEMPORANEIDAD
EXPECTATIVAS EFICACIA RESPUESTAS
RESPONSABILIDAD VALORES ACCESIBILIDAD TALENTO
CERCANÍA
COMPROMISO
INFANCIA
AUTORREGULACIÓN

**RESPONSABILIDAD CON LA
GENERACIÓN DE VALOR**

EL AUDIOVISUAL ES UN SECTOR ESTRATÉGICO EN LA UNIÓN EUROPEA POR SU REPERCUSIÓN SOCIAL, CULTURAL Y EDUCATIVA. INFLUYE CONSIDERABLEMENTE SOBRE LAS CONVICCIONES Y CONOCIMIENTOS DE LOS CIUDADANOS, A LA VEZ QUE DESEMPEÑA UN PAPEL CENTRAL EN LA TRANSMISIÓN DE LA CULTURA Y EL DESARROLLO DE SOCIEDADES ABIERTAS.

EL GRUPO ANTENA 3 ES UNA FUENTE DE GENERACIÓN DE EMPLEO Y RIQUEZA PARA EL CONJUNTO DE LA SOCIEDAD, YA QUE PROCURA NUMEROSOS PUESTOS DE TRABAJO DE ALTO NIVEL DE CUALIFICACIÓN Y ESPECIALIZACIÓN.

VALOR ECONÓMICO DIRECTO Y DISTRIBUIDO

Crear valor también para nuestros grupos de interés, esta es una de las máximas del **GRUPO ANTENA 3**. Por ello los datos económicos de la Compañía en 2007 pueden ser considerados también como una muestra del papel dinamizador de la industria audiovisual y de la economía en general:

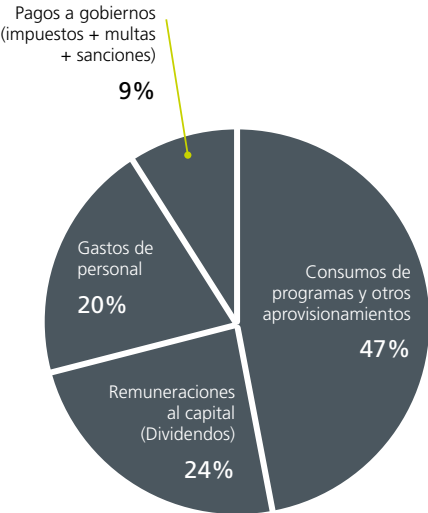
- Ingresos de explotación de 1.016 millones de euros.
- Beneficio neto de 200 millones de euros.
- Valor económico distribuido de 705 millones de euros.

705 millones
de € de Valor
Económico
Distribuido

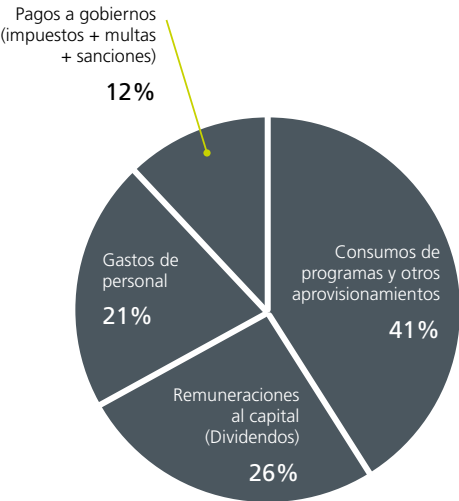
200 millones de €
de Beneficio Neto

Valor económico distribuido* (Miles de €)	2007	2006	2005
Consumos de programas y otros aprovisionamientos	337.621	303.966	303.725
Remuneraciones al capital (Dividendos)	166.791	187.501	166.309
Gastos de personal	137.650	149.156	152.087
Pagos a gobiernos (impuestos** + multas)	63.971	84.532	38.941
Total valor económico distribuido	706.033	725.155	661.062

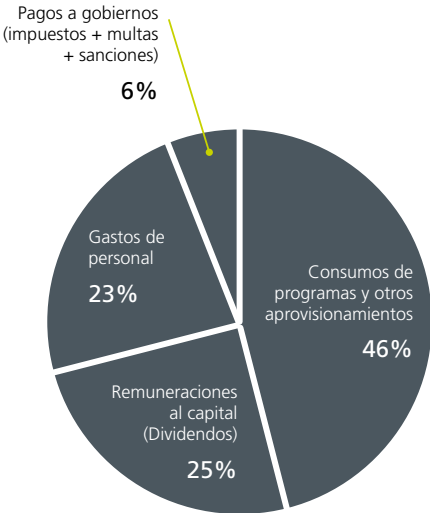
* Corresponde a datos consolidados del GRUPO ANTENA 3.
** Impuestos: no incluye IVA, ni tributos locales. Incluye sólo el impuesto de sociedad.



2007



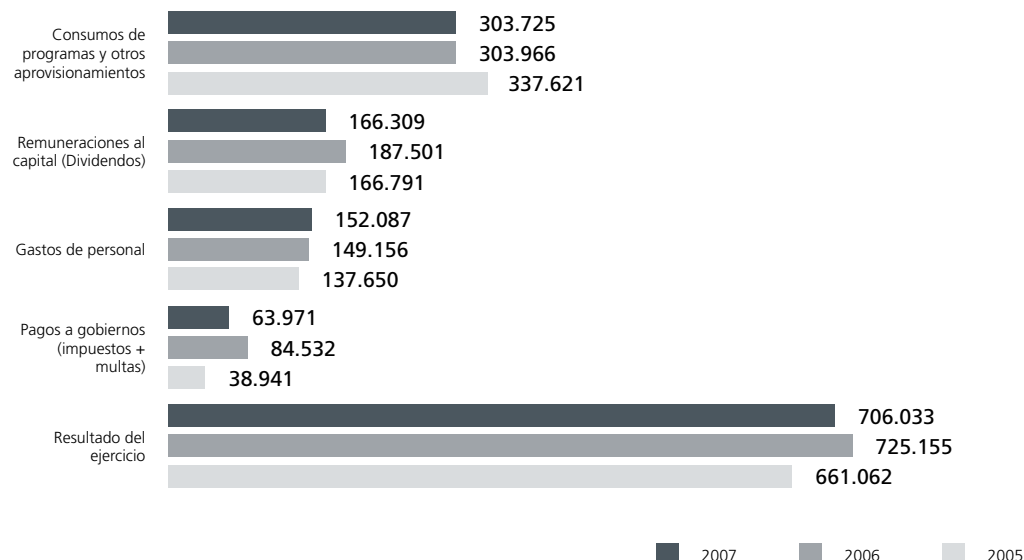
2006



2005

VARIACIÓN FLUJOS DE RIQUEZA 2005-2007

(Miles de €)



180 reuniones celebradas por el Departamento de Relaciones con Inversores

RELACIONES CON INVERSORES

La vocación de transparencia del **GRUPO ANTENA 3** se convierte en una obligación ineludible al ser una sociedad cotizada. Así es y así lo defendemos.

Tanto el Departamento de Relación con Inversores, como la Oficina del Accionista se encargan de la difusión de las noticias relevantes, de la evolución del mercado y de las perspectivas financieras a accionistas e inversores. Y lo hacen a través de diversos canales: principalmente mediante conferencias, reuniones con inversores y "road shows".

Además, para facilitar el acceso a una información rápida y clara, la página web www.antena3.com dispone de una sección específica donde se publican hechos relevantes, resultados financieros y otras noticias de interés.

Pero la atención y la transparencia va más allá: los inversores pueden contactar a través de la dirección de correo electrónico, ir@antena3tv.es, mientras que para los accionistas no institucionales se ha habilitado otra específica: oficinadelaccionista@antena3tv.es.

El departamento de Relaciones con Inversores realiza un continuo esfuerzo para informar de la actualidad bursátil a los inversores. La transparencia, y por tanto la claridad, nos avalan en nuestra solvencia.

TRANSPARENCIA

ACCESIBILIDAD CERCANÍA
CONTEMPORANEIDAD

EXPECTATIVAS

RESPUESTAS EFICACIA MISIÓN GRUPOS DE INTERÉS TALENTO VALORES RESPONSABILIDAD

INFANCIA

AUTORREGULACIÓN

COMPROMISO

**COMUNICACIÓN RESPONSABLE
AL SERVICIO DE LA AUDIENCIA**

ANTENA 3 RESPONDE A LA CONFIANZA DE LA AUDIENCIA CON UNA CUIDADA PROGRAMACIÓN. LA RENTABILIDAD Y LA SOLVENCIA TAMBIÉN EXIGEN RESPONSABILIDAD EN LOS CONTENIDOS.

AUDIENCIA: EL VALOR DE LA CONFIANZA

La confianza de los espectadores y oyentes se ve reflejada en los resultados obtenidos en 2007. Con un 17,4% de cuota de pantalla, **ANTENA 3 TV** cerró el año como la segunda cadena más vista.

Este resultado es especialmente significativo porque se ha obtenido en un contexto de creciente competitividad debido a los nuevos canales y a la fragmentación del público. Sin esta confianza, que en términos de audiencia se convierte en fidelidad, **ANTENA 3 TV** no hubiera podido alcanzar esta cifra.

TELEVISIÓN



Cuota media de
pantalla en 2007

17,4%

ANTENA 3 NOTICIAS RATIFICA EN 2007 SU POSICIÓN DE LIDERAZGO EN INFORMATIVOS

En 2007, **ANTENA 3 TV** ha consolidado su posición como referente informativo. Por tercer año consecutivo, **ANTENA 3 TV** posee los informativos más vistos, tanto en las ediciones de lunes a viernes, como en las de fin de semana. Además, es la primera televisión privada europea que al-

canza el liderazgo en los informativos del prime-time, franja horaria tradicionalmente ganada por las televisiones públicas.

RANKING DE LOS INFORMATIVOS MÁS VISTOS EN EL AÑO 2007		
	Audiencia (Miles)	Cuota
Antena 3 Noticias 1. Fin de Semana	2.806.000	23,5%
Antena 3 Noticias 1. Lunes a Domingo	2.759.000	22,4%
Antena 3 Noticias 1. Lunes a Viernes	2.741.000	22,1%
Antena 3 Noticias 2. Lunes a Viernes	2.732.000	20,8%
'Telediario' TVE-1. Fin de Semana	2.697.000	21,1%

ANTENA.NEOX, LÍDER ABSOLUTO DE LA OFERTA TDT

Los canales digitales, **ANTENA.NEOX** y **ANTENA.NOVA**, se han erigido en 2007 como líderes de la Televisión Digital Terrestre. Este éxito es la constatación de la firme apuesta de **ANTENA 3** por la Televisión Digital Terrestre en nuestro país, pero también de nuestro compromiso con nuestra audiencia, especialmente la más joven. Invirtiendo en ella, creyendo en ella, construimos el futuro de la televisión.

TELEVISIÓN DIGITAL		Cuota media de pantalla en 2007
		Neox 0,22%
		Nova 0,13%

ONDA CERO RADIO Y EUROPA FM ALCANZAN CUOTAS DE AUDIENCIA HISTÓRICAS

ONDA CERO alcanzó una audiencia de 1.997.000 oyentes en el último trimestre de 2007. Lo que supuso 144.000 nuevos oyentes, un 7% más respecto a diciembre del año anterior. La cuota de audiencia se incrementó en un 15,8% la mejor cifra de audiencia desde el verano de 2004.

EUROPA FM, la radio musical de **UNIPREX S.A.**, logra un nuevo máximo histórico, con 868.000 oyentes. Es la cadena que más crece, un 68% respecto al dato de hace un año.

		Share en 2007
RADIO		Onda Cero 15,8%
		Europa FM 6%



La información completa sobre las audiencias de los canales y programas del Grupo Antena 3 en el Informe Anual 2007 en <http://www.antena3.com>

Los canales de Antena 3 son reconocidos por valores que nos enorgullecen

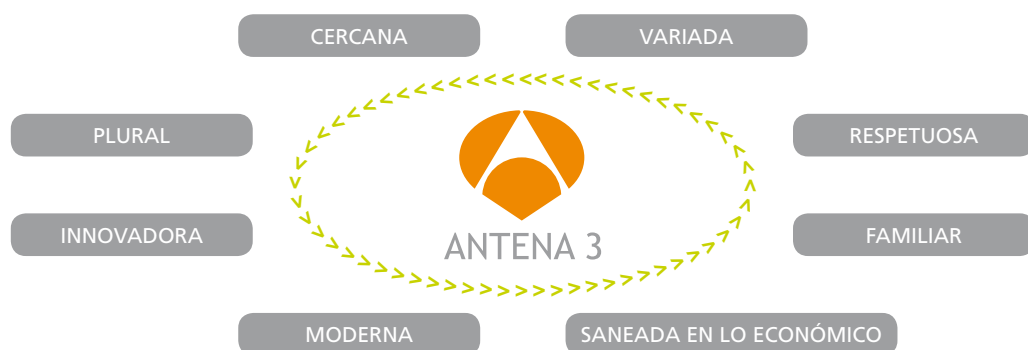
¿CÓMO NOS PERCIBE LA AUDIENCIA?

No basta con el éxito de audiencia exclusivamente cuantitativo, **ANTENA 3 TV** es reconocida además por valores que nos enorgullecen. Los estudios de TNS y EDAFOS, llevados a cabo durante el primer trimestre del año 2007, nos identifican como una cadena volcada en los informativos, el cine y el humor.

Por su parte, **ONDA CERO** y **EUROPA FM** son reconocidas por su capacidad de vinculación y proximidad con el público. Los estudios de Know Media, Pinnacle y Cimop así lo indican.

Los atributos con que nos percibe la audiencia avalan el posicionamiento editorial de las diferentes empresas del **GRUPO ANTENA 3**.

El contenido informativo supone el 23,08% de la programación de Antena 3 TV





Javier González Ferrari
Presidente Ejecutivo

“Ponemos la tecnología
al servicio de los
profesionales para
conseguir la excelencia
en los procesos
productivos.”

Nuria Domínguez
Directora Técnica



UNA OFERTA ADAPTADA A LAS NECESIDADES DE NUESTRAS AUDIENCIAS

En un mercado tan dinámico y competitivo como el audiovisual, conocer las preferencias de la audiencia es un factor de éxito. Con el objeto de diseñar una oferta de productos audiovisuales adaptada a sus gustos y preferencias, el **GRUPO ANTENA 3** lleva a cabo numerosos estudios, que complementan los datos de audiencias. La fase completa del ciclo de vida y del entorno del producto son evaluados, analizando las franjas horarias, los productos (pre-test, post-test y tendencias), la cadena (imagen, programación y tendencias) y los nuevos medios (consumo).

El espectador nos importa, no como un ente abstracto, sino como un colectivo próximo, identificable. La cercanía a nuestra audiencia nos permite seguir creciendo con ella.

TALENTO Y “KNOW HOW” EN EQUIPO PARA RESPONDER A CADA TIPO DE ESPECTADOR

El Comité de Programación de **ANTENA 3 TV** es el órgano encargado de evaluar las propuestas que conformarán nuestra parrilla de acuerdo a una línea editorial coherente con nuestros valores. El Comité discute en equipo los nuevos pro-

yectos con la convicción de que sus decisiones, independientemente de su alcance, conforman la personalidad de la cadena. Su programación conjuga variados géneros televisivos, entre los que no se admiten los pornográficos, los de juego, o aquellos que puedan constituir engaño.

Transparencia y libertad de expresión son los valores editoriales clave en una Compañía que quiere ser reflejo de la sociedad

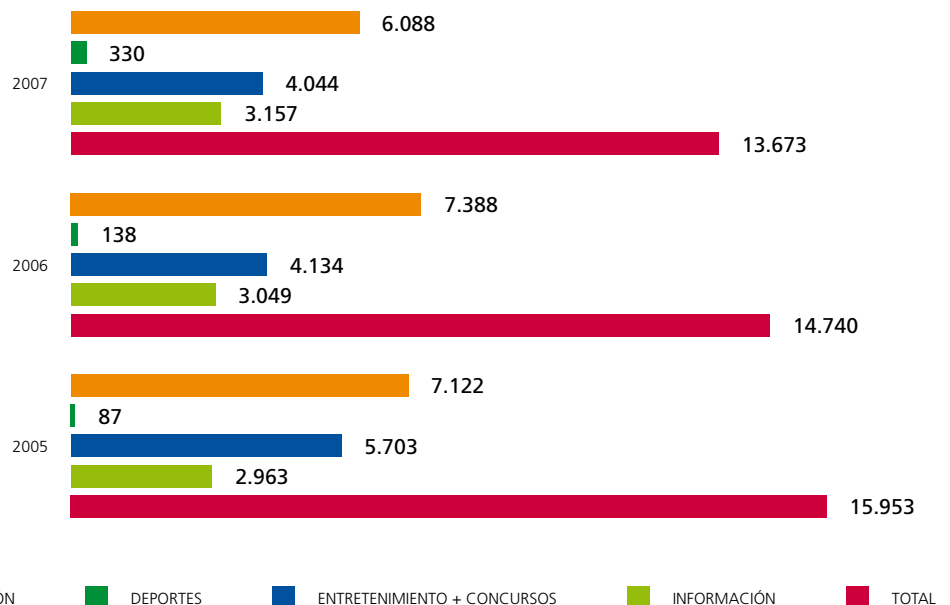
Por otro lado, el valor de la información se potencia año a año. En 2007, **ANTENA 3 TV** ha incrementado el tiempo dedicado a la emisión de espacios informativos, por tercer año consecutivo. En concreto, han pasado de ocupar el 18,57%

1.128 horas de programación infantil emitidas en 2007

del tiempo emitido en 2005 a ocupar el 23,08% en 2007.

La Dirección de Comunicación de **ANTENA 3 TV** informa sobre los contenidos de la programación y del segmento de edad del público al que va dirigida a través de la página web corporativa, del teletexto y de los medios de comunicación.

MINUTOS EMITIDOS POR TIPO DE CONTENIDO DE ANTENA 3 TV. AÑO 2007





Mikel Lejarza
Director General de la División de Televisión

“Con nuestras series, a través de sus contenidos, intentamos atender las demandas de la audiencia y de toda la sociedad.”

Sonia Martínez
Directora de Ficción



La información es el eje central de los contenidos de **ANTENA 3 TV** y de **ONDA CERO**.

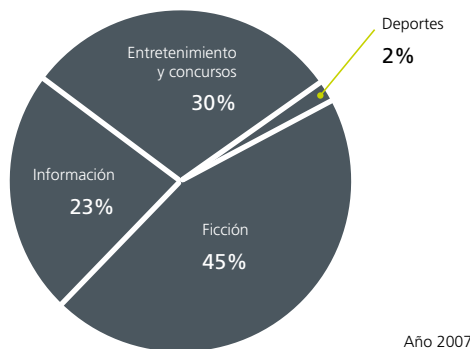
Los medios de comunicación no son tales si no reflejan a la sociedad, si no conocen los intereses de la ciudadanía, si no son, en definitiva, parte de ella.

ONDA CERO RADIO y **EUROPA FM**, la cercanía y el compromiso, también en la radio.

Bajo esta premisa, **ONDA CERO** ha realizado más de 100 salidas de programas a distintas localidades, impulsando su idea de la radio en la calle. Las emisoras locales han llevado a cabo más de 500 acciones especiales y han organizado eventos como demuestran las 12 sesiones de **LA RADIO EN TU COLE**.

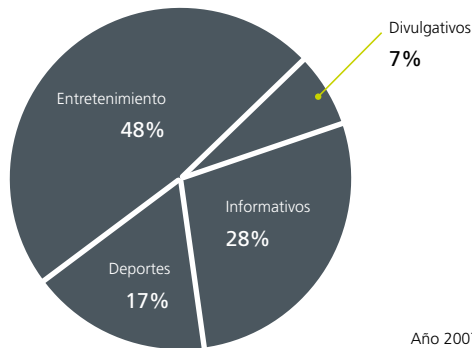
Adicionalmente, **EUROPA FM** ha realizado 80 conciertos y fiestas musicales dirigidas al público joven.

DISTRIBUCIÓN DEL TIEMPO DE EMISIÓN POR CONTENIDOS DE ANTENA 3 TV



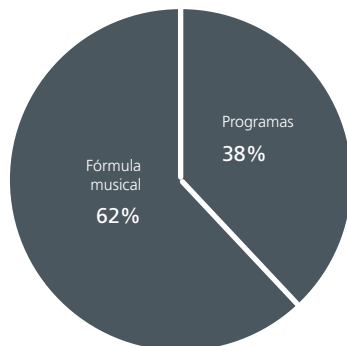
Año 2007

DISTRIBUCIÓN DEL TIEMPO DE EMISIÓN POR CONTENIDOS DE ONDA CERO RADIO



Año 2007

DISTRIBUCIÓN DEL TIEMPO DE EMISIÓN POR CONTENIDOS DE EUROPA FM



Año 2007

COMPROMISO CON LA INFANCIA

ANTENA 3 TV clasifica los programas de televisión en función de la idoneidad de sus contenidos para niños, jóvenes y adultos. Este código, que nació como autorregulación sectorial, impulsado entre otros por **ANTENA 3 TV**, se recoge actualmente en el RD 410/2002.

ANTENA 3 TV es la cadena privada que más atención presta a la calidad de sus contenidos infantiles.

El cuidado hacia los contenidos destinados a los jóvenes se refleja en que en 2007, ni **ANTENA 3 TV** ni **ATRES ADVERTISING** han recibido notificación alguna de infracción por incumplimientos respecto al RD 410/2002, ni tampoco sanciones derivadas de la aplicación del Código de Autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia.

Además, **ANTENA 3 TV** ha participado regularmente en los dos órganos creados en el seno del Código de Autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia. La finalidad de esta iniciativa es ofrecer a los telespectadores unas garantías superiores a las previstas por la ley en cuanto a la protección de los menores y, sobre todo, de la infancia.



Ana Rivas
Directora de Programas

“Es gratificante participar en proyectos que diariamente sorprenden, emocionan e informan.”

Virginia Fernández
Productora



COMPROMISO EN LA LUCHA CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO

ANTENA 3 está comprometida con la erradicación de la violencia de género. Un grave problema al que se enfrenta con su mejor arma: mediante su capacidad de sensibilizar a la sociedad para conseguir el aislamiento de los maltratadores y la protección y apoyo a las víctimas.

La lucha contra la violencia de género es uno de los principales compromisos sociales del **GRUPO ANTENA 3**.

En noviembre de 2007, **ANTENA 3** participó en una reunión entre las televisiones comerciales y el Gobierno en la que se comprometió a colaborar activamente contra esta lacra social mediante la aplicación de cuatro medidas de actuación que se detalladas en el capítulo I de esta Informe.

REGULACIÓN Y PROACTIVIDAD EN LA RESPONSABILIDAD DE ANTENA 3 TV

Nuestro compromiso con la audiencia va mucho más allá de lo exigible legalmente. Nos sentimos responsables ante la confianza que nos otorga.

Los responsables de las unidades de negocio, de la Asesoría Jurídica de **ANTENA 3** y de la Dirección de Auditoría Interna y Control de Procesos, velan por el cumplimiento normativo de la cadena. Analizan constantemente los riesgos emergentes, evalúan el posible impacto sobre el bienestar y la seguridad de la audiencia e impulsan medidas de respuesta.

En 2007, se han establecido nuevas medidas voluntarias para garantizar la seguridad de la audiencia en el nuevo entorno tecnológico, ampliando el grado de información que **ANTENA 3** provee sobre sus productos y servicios. Entre ellas destacan las referidas a las llamadas telefónicas de tarificación adicional.

Asimismo, durante 2007, **ANTENA 3 TV** ha cumplido con las obligaciones que le corresponden como prestadora del servicio de televisión en cuanto a:

- Cuotas de emisión de obra europea –según lo dispuesto por la normativa española en trans-

posición de la Directiva 89/552/CEE.

- Inversión obligatoria para la financiación anticipada de largometrajes y cortometrajes cinematográficos y películas para televisión europeos y españoles, según el RD 1652/2004.
- Obligaciones asumidas por A3TV en el proceso de adjudicación de la concesión de dos canales digitales adicionales, de conformidad con el Plan Técnico Nacional de Televisión Digital.

Durante 2007, **ANTENA 3 TV** ha cumplido regularmente con los requerimientos de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT), que realiza seguimientos trimestrales y anuales sobre su actividad como entidad prestadora de servicios audiovisuales y de comunicaciones electrónicas. Son destacables las consultas sobre números de abonado a través del número corto 11843. Además, **ANTENA 3 TV** ha realizado su informe 2007 a la CMT sobre las previsiones de utilización de los recursos de numeración, en cumplimiento con el RD 2296/2004 y sobre los ingresos brutos de explotación obtenidos por la prestación de estos servicios y de otros extremos, según establece la Orden PRE 2410/2004.

En el año 2007 **ANTENA 3 TV** no ha recibido ninguna infracción por incumplimientos respecto al Reglamento que regula el derecho de los usuarios del servicio de televisión a ser informados de la programación a emitir, según RD 920/2006, ni respecto a las normativas anteriormente citadas ni otras que completen la normativa sobre productos y servicios y su impacto en la seguridad y salud del usuario.



Gloria Lomana
Directora de Informativos

“Contamos con la confianza de los espectadores para informarles y esto nos motiva para hacerlo mejor cada día.”

Javier García de la Vega y Óscar Vázquez
Directores Adjuntos de Informativos



CASO PRÁCTICO. EL GRUPO ANTENA 3 Y LA LEY ORGÁNICA DE PROTECCIÓN DE DATOS

Desde que en 1999 entrara en vigor la Ley Orgánica de Protección de Datos de carácter personal se ha ido evolucionando en la implantación de herramientas informáticas y métodos de actuación que concreten el cumplimiento efectivo de las obligaciones impuestas por la ley y garanticen la seguridad de los datos personales manejados por **ANTENA 3 TV** y muy especialmente de aquellos que tienen un carácter privado más acusado, que son los relacionados con la gestión de Recursos Humanos, entendiendo este concepto en un sentido amplio. En el marco de esta regulación especial en **ANTENA 3 TV** se han venido realizado las auditorías periódicas exigidas por la Ley para detectar riesgos en esta materia, asumidas por expertos consultores informáticos y jurídicos de primer nivel y reconocido prestigio profesional. El resultado de estas auditorías ha sido siempre favorable y de modo inmediato se han ejecutado las sugerencias que se han propuesto, siempre de importancia menor.

La Seguridad en materia de protección de datos personales tiene un rango organizativo jerárquico adecuado a su importancia y nivel de responsabilidad y mantiene un contacto fluido y permanente con todas las áreas implicadas: Sistemas, Asesoría Jurídica, Recursos Humanos, Dirección Financiera, Auditoría interna etc. El modelo de seguridad implantado tiene una perspectiva de Grupo de empresas y además incluye a todos los proveedores externos de servicios que tienen relación con **ANTENA 3 TV**: seguridad, productoras de programas, etc.

CASO PRÁCTICO. PRESENCIA DE MENORES EN LA ACTIVIDAD TELEVISIVA

Para garantizar la protección de los derechos de los menores en la actividad televisiva **ANTENA 3 TV** solicita, siempre que el menor vaya a participar en un programa, ya sea como público o en el desarrollo del mismo, la autorización por escrito de sus padres o tutores.

Cuando se trata de la participación de un menor en obras de ficción, que implican una mayor dedicación por parte del actor, se adoptan todas las medidas necesarias para respetar la compatibilidad entre sus estudios y su actividad laboral.

Además, en todo momento se cumple con el Código de Autorregulación en lo relativo a la presencia de los menores en la programación televisiva: programas, informativos y publicidad.

TALENTO
EFICACIA
ESTRATEGIA
VISIÓN
VALORES
EXPECTATIVAS
ESTRATEGIA
CONTEMPORANEIDAD
CONFIANZA
COMPROMISO
LIBERTAD DE EXPRESIÓN
PARTICIPACIÓN
INNOVACIÓN
CERCANÍA
VOLUNTARIEDAD

**PUBLICIDAD RESPONSABLE
CON LOS ANUNCIANTES Y CON
LAS AUDIENCIAS**

ATRES ADVERTISING RENTABILIZA LA CONFIANZA DE LA AUDIENCIA DEL GRUPO, OFRECIENDO A LOS ANUNCIANTES UNA ALTA CALIDAD EN CADA UNO DE LOS IMPACTOS PUBLICITARIOS.

ATRES ADVERTISING INCORPORA LOS CRITERIOS DE RESPONSABILIDAD DEL GRUPO A SU ESTRATEGIA PORQUE REFUERZAN LA EFICACIA Y LA SOSTENIBILIDAD DE SU GESTIÓN.

EFICACIA PUBLICITARIA

El mercado invierte en cada uno de los soportes del **GRUPO ANTENA 3** en función de los diferentes tipos de público que atraen. Se consigue así una mayor eficacia de los impactos publicitarios.

ATRES ADVERTISING se esfuerza en rentabilizar el perfil cualitativo del público que ha conseguido atraer el **GRUPO**.

En 2007 **ATRES ADVERTISING** lideró el mercado publicitario con un 13% de la inversión en medios convencionales, lo que supuso un crecimiento del 1,1% respecto al año anterior.

El ratio de eficacia evoluciona positivamente año a año. En 2007 la eficacia comercial alcanzó su cifra más alta con un ratio de 1,49 adultos, lo que evidencia la confianza de los anunciantes en **ANTENA 3 TV**.

ATRES ADVERTISING - ANTENA 3 TV, EVOLUCIÓN DE LA EFICACIA COMERCIAL, 2005-2007

	Individuos	Adultos
2007	1,45	1,49
2006	1,42	1,40
2005	1,36	1,36

Fuente: Dpto Marketing ATRES ADVERTISING

PUBLICIDAD RESPONSABLE

La actividad comercial principal de **ATRES ADVERTISING** es la venta de publicidad para su difusión por televisión. Esta actividad está específicamente regulada por la Ley 25/1994 y los reglamentos que la desarrollan. Además se aplican otras normas de la Ley General de Publicidad.

Más allá del cumplimiento normativo, **ATRES ADVERTISING** rechaza de forma voluntaria la publicidad con contenidos pornográficos o engañosos en aplicación de sus propios criterios corporativos de responsabilidad.

PROTECCIÓN DE LOS MENORES

Ser responsable significa proteger a los menores también en publicidad.

Tal y como recoge el Código Deontológico, en materia de publicidad y programación dirigidas al público infantil, **ATRES ADVERTISING** no emite publicidad que pueda “dañar, perjudicar moral o psíquicamente a la juventud e infancia, violencia, sexo, etc.” en el horario de protección infantil (de lunes a viernes de 8:00 a 9:00 y de 17:00 a 20:00 horas, los fines de semana y festivos de 8:00 a 12:00, y en los periodos de vacaciones escolares).

Pero **ANTENA 3** va más allá: aplica los Códigos de Autorregulación referidos a la infancia y juventud y, en concreto, presta especial atención sobre los siguientes aspectos:

- Código de la Asociación Española de Juguetes. Garantiza el máximo cuidado en lo referente a las características reales de los juguetes, la veracidad de los mensajes publicitarios y el precio.
- Código PAOS. Protege al público infantil de los mensajes que puedan suponer riesgos en sus hábitos alimenticios (alta preocupación por la creciente obesidad infantil).
- Código ADESE. Controla los tramos de edad de los videojuegos según su contenido, así como las franjas horarias en las que se emite esta publicidad.
- Además de estos códigos sectoriales, **ANTENA 3** junto con Autocontrol y el resto de operadores, trabaja en la protección de la infancia y juventud en otros aspectos importantes como la publicidad de SMS de tarificación adicional o premium. En **ANTENA 3** no se emiten spots de este tipo de anunciantes en franjas infantiles ya que, de acuerdo a la Ley 25/1994, está prohibida la publicidad que incite directamente a los menores de 14 años a la compra de un producto o de un servicio. Además se entiende que el menor no tiene capacidad legal para contratar telefonía móvil.

COLABORACIÓN CON ASOCIACIONES SECTORIALES EN EL AVANCE DE LA AUTORREGULACIÓN

ATRES ADVERTISING apoya códigos de autorregulación acordados por distintos sectores. Las condiciones de contratación de **ATRES ADVERTISING** exigen a los clientes el cumplimiento de los códigos anteriormente citados y de otros, como los referidos a regular bebidas espirituosas (Código FEBE) y el consumo responsable de cerveza (Código Cerveceros).

ATRES ADVERTISING ha firmado acuerdos para el impulso de la publicidad responsable.

Durante 2007, **ANTENA 3 TV** ha colaborado con Autocontrol de la Publicidad, (asociación que une a televisiones, anunciantes, agencias y centrales de medios). Además, existe un compromiso con la Asociación Española de Anunciantes (AEA) de publicar las tarifas comerciales con antelación.

Captación del 13%
de la inversión
en medios
convencionales

ANTENA 3 TV ha promovido, junto a otras televisiones y Autocontrol de la Publicidad, la elaboración de un borrador de autorregulación sobre la emisión de sobreimpresiones.

ATRES ADVERTISING ha respetado, sin excepción, el convenio de colaboración entre Autocontrol y la AEA para garantizar la emisión de una publicidad responsable y ha aceptado las resoluciones del Jurado de la Publicidad sobre las reclamaciones de consumidores o competidores. Asimismo, se ha seguido aplicando la adecuada clasificación horaria de los contenidos televisivos establecidos en 2004.

Desde Autocontrol de la Publicidad, **ANTENA 3 TV** amplía las garantías para los anunciantes y para las propias cadenas de televisión, pero, sobre todo, para los consumidores y usuarios.

INCUMPLIMIENTOS Y SANCIONES

El esfuerzo de **ATRES ADVERTISING** en el cumplimiento normativo y de la autorregulación no evita posibles errores en asuntos sujetos a interpretación.

En el ejercicio 2007 **ANTENA 3 TV** ha recibido sólo cinco sanciones por infracción de normas relativas a la publicidad en televisión, todas ellas en aplicación de lo establecido en la Ley 25/1994 de Televisión Sin Fronteras, que regula las emisiones de los operadores de televisión. Esta ley incluye cuestiones como la regulación del tiempo máximo de emisión publicitaria en televisión y li-

mitaciones en el modo de emplazar la publicidad en la parrilla de programación.

ANTENA 3 TV sufrió dos sanciones en 2007 por difundir publicidad de terceros que, por sus contenidos, ha sido considerada sancionable por la Administración. En estos casos la sanción se impone al operador de televisión, ya que la norma legal le exige que realice una labor de control previo de los contenidos publicitarios de los que finalmente es responsable.

	2007	2006	2005
Nº de expedientes	5 expedientes	7 expedientes	3 expedientes
Nº de infracciones	25 infracciones	32 infracciones	16 infracciones
Importe económico de la multa	679.614 €	802.200 €	315.090 €

Ratios de eficacia comercial
excelentes en todos los medios



Eduardo Olano
Director General de Atres Advertising

“Nos esforzamos para que nuestro cliente obtenga la mejor campaña posible en función de sus objetivos de comunicación.”

María Sánchez
Ejecutiva de Cuentas



CASO PRÁCTICO. PUBLICIDAD EN INTERNET. CÓMO EXPLOTAR EL MISMO CONTENIDO EN DOS VENTANAS DISTINTAS: “EL INTERNADO”

Los episodios de “El Internado” están disponibles en su website –antena3.com/elinternado– una vez finalizada su emisión en televisión. A partir de ese momento, los espectadores que lo deseen pueden optar por verlos, revivir los momentos más interesantes, o recuperar aquellas escenas que puedan ser claves en la trama. En cualquiera de los casos, los seguidores disponen de 24 horas al día, los 7 días de la semana, para poder ver los episodios, una posibilidad abierta a todos aquellos que se hayan perdido parte o la totalidad de alguna de las entregas.

Este sistema innovador de visionado de los capítulos de las series de **ANTENA 3 TV**, no es sólo interesante para los espectadores, sino también para los anunciantes que ven una forma innovadora de llegar a su público. Tal es el caso de Central Lechera Asturiana (CLAS) que obtuvo una media superior a 1.350.000 descargas en cada capítulo.

LIBERTAD DE EXPRESIÓN
VOLUNTARIEDAD
INNOVACIÓN
MISIÓN
TRANSPARENCIA
AUTORREGULACIÓN
CERCANÍA
TALENTO
CONTEMPORANEIDAD
VISIÓN
CONFIANZA
GRUPOS DE INTERÉS
INFANCIA
RESPUESTAS
PARTICIPACIÓN

**EL GRUPO ANTENA 3
Y EL DESARROLLO DIGITAL**

ANTENA 3 SE HA SITUADO COMO EL PRINCIPAL INVERSOR
EN LA TDT, CON EL FIN DE LIDERAR LAS NUEVAS LÍNEAS
DE NEGOCIO DEL FUTURO DE LA TELEVISIÓN.

EL COMPROMISO DEL GRUPO ANTENA 3 CON LA TDT

Las inversiones realizadas por el **GRUPO ANTENA 3** en la nueva Televisión Digital Terrestre, representan un fuerte impulso para su definitiva aceptación en la sociedad.

La transición a la nueva tecnología, que deberá finalizar en 2010, fecha del 'apagón analógico', es lenta pero progresiva. En España, la TDT ha duplicado su penetración, pasando de una recepción en individuos del 12,4% en enero del 2007 a un 22,6% al finalizar el año. Casi 10 millones de españoles reciben TDT en su hogar, distribución que acapara, a cierre de año, casi un 10% de cuota de mercado. Por el contrario, el consumo de televisión analógico tradicional registra una pérdida desde el inicio del año de -6,7 puntos de cuota de mercado.

El **GRUPO ANTENA 3** ha invertido en contenidos, propios y contratados, para configurar una oferta de programas atractivos, capaces de atraer a

Canal Antena.Neox: 1º en el ranking de audiencia digital

4,8 millones de
euros destinados
a contratación
de contenidos
y servicios
digitales

la audiencia y, por ende, la inversión publicitaria. A día de hoy, este esfuerzo económico no genera rentabilidad, pero tiene, sin duda, un gran potencial.

La televisión digital requiere la adquisición de televisores digitales o de descodificadores. Además, las comunidades de vecinos deben adaptar las antenas colectivas para poder recibir las señales digitales. A cambio, los espectadores verán multiplicada la oferta de canales.

En los últimos tres años, la inversión de **ANTENA 3** en la TDT ha ascendido a 14 millones de euros.

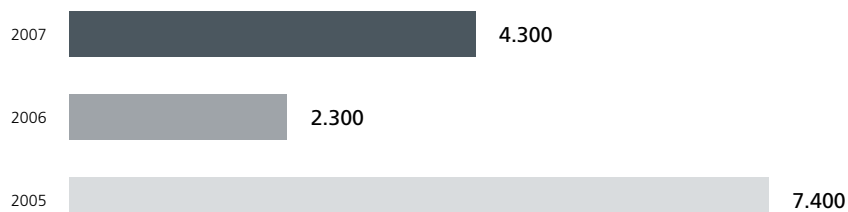
En 2007 **ANTENA 3** es la televisión privada líder en TDT.

ANTENA. NEOX es el canal número uno en audiencia, según datos del informe Panorama Digital 2007. Sólo la televisión pública de ámbito nacional, RTVE, acompaña a **ANTENA 3** en las primeras posiciones de audiencia.

Según el último estudio publicado por Sofres, los 4 primeros puestos del ránking de audiencia digital los ocupan, por este orden: **ANTENA.NEOX (ANTENA 3)**, Clan (TVE), Teledporte (TVE) y **ANTENA.NOVA (ANTENA 3)**.

EVOLUCIÓN INVERSIÓN EN TDT GRUPO ANTENA 3

MILES DE €



14 millones
de euros de
inversión en
TDT entre
2005 y 2007

LA TDT, UN NUEVO MERCADO PARA EL DESARROLLO DE SERVICIOS Y CONTENIDOS

ANTENA 3 TV ha sido la primera empresa audiovisual en España que ha realizado una inversión significativa en la producción de programas para la TDT. **ANTENA 3** destinó en 2007 4,8 millones de euros en la contratación de nuevos contenidos y servicios digitales. Esta inversión supone una significativa contribución a la industria au-

diovisual, a la creatividad y una gran oportunidad para jóvenes talentos en un nuevo mercado que atraerá nuevas posibilidades de negocio.

ANTENA 3 apuesta por productoras especialistas en TDT, que aportan innovación y talento en su trabajo.

La contratación de producción digital nos permite apostar por una nueva cantera de creativos especializados. El interés de **ANTENA 3** es trabajar con ellos de manera sostenida para abrirles paso como profesionales de la nueva televisión.

La televisión digital abre nuevas vías de negocio. El esfuerzo de **ANTENA 3** se dirige al aprovechamiento de la tecnología digital para aportar una oferta diferenciada de la analógica.

Preestrenar programas en los canales digitales es una forma de hacer crecer la televisión digital y una nueva ventana de explotación. En este sentido el **GRUPO ANTENA 3** ha sido pionero al preestrenar en 2007 en su canal de TDT, la serie **QUART**, o superproducciones como **LOS INCREÍBLES** y **HABLE CON ELLA**, de Pedro Almodóvar.

La extensión de los productos y servicios de TV digital tiene un impacto social y económico positivo. **ANTENA 3** crea nuevas oportunidades para pequeñas empresas productoras y ofrece mayores posibilidades de elección y participación a los usuarios y clientes.





Bernd Reichart
Director de Canales Digitales

“La Televisión Digital Terrestre es mucho más que un cambio de la tecnología de emisión, se trata de un proyecto televisivo y empresarial de gran relevancia para Antena 3 y para la sociedad en su conjunto.”

Beatriz Fernández
Ayudante de Producción



CONSOLIDACIÓN DIGITAL

La TDT es un reto de desarrollo tecnológico para España. Para cumplir el objetivo de cobertura universal, es decir el alcanzar el 96% de los hogares, es necesario implantar una estrategia compleja que permita la consolidación digital, tanto en las infraestructuras, como en su consumo.

La apuesta del **GRUPO ANTENA 3** por el mundo digital multimedia y el desarrollo de nuevas opciones de servicio y contenidos suponen un incentivo para el acceso a la tecnología digital. Contribuimos a la consolidación digital y a la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos.

La TDT está modificando el modelo de negocio audiovisual y por tanto nuestra relación con la audiencia, que pasa de ser meramente usuaria a cliente. La digitalización permite consumir cuándo, cómo y dónde se desee. La oferta de canales más personalizados y el acceso a internet y a la telefonía, multiplica la accesibilidad y la forma de consumir.

LA CONVERGENCIA CON INTERNET

Al reto creativo y de negocio planteado por el empuje creciente de internet, **ANTENA 3** responde incorporando contenidos y desarrollando una producción específica que retroalimenta su normalización en la sociedad. El liderazgo de la Compañía es más que patente en este proceso de integración que da lugar a la cultura multicanal.

- Primera televisión española en ofrecer sus series íntegras desde internet.
- Primera en lanzar un canal de vídeos generados por los espectadores.
- Primera en mostrar su contenido en Youtube.
- Primera televisión en comercializar la descarga de vídeos.

ANTENA 3 TV se convirtió en 2007 en la primera televisión comercial española en poner a disposición del internauta, de forma gratuita e íntegra, sus series de ficción. Este nuevo portal en internet está enfocado fundamentalmente a potenciar su oferta de video, el contenido diferencial de

ANTENA3.COM en internet. El portal cerró 2007 con más de 40 millones de vídeos descargados. Estos datos evidencian la capacidad de impulso del uso de las nuevas tecnologías a partir de los contenidos televisivos digitales de **ANTENA 3**.

En internet, **ANTENA 3** protagonizó una iniciativa única en España: preestrenó, 36 horas antes de su lanzamiento en televisión, el primer capítulo de la quinta temporada de **LOS HOMBRES DE PACO**.

ANTENA 3 ha consolidado su liderazgo audiovisual en internet.



Giorgio Sbampato

Director General de Antena 3 Multimedia

“Nuestra misión es responder, en todos los entornos tecnológicos, a la confianza que los espectadores depositan en Antena 3.”

Francisco Sierra

Director de Contenidos Multimedia



CASO PRÁCTICO.

SEGURIDAD EN LA PARTICIPACIÓN DE LA AUDIENCIA

Los concursos con participación telefónica generan ingresos a través de las llamadas telefónicas de tarificación adicional y a su vez implican nuevas cuestiones en materia de protección de la audiencia. ANTENA 3, adelantándose al desarrollo normativo, ya ha respondido con el despliegue voluntario de varias medidas de salvaguarda.

Medidas de responsabilidad voluntaria de ANTENA 3 como salvaguarda de la audiencia en el nuevo entorno tecnológico	
Medidas	Contexto
Establecimiento de límites a la participación con un tope máximo (100 llamadas/día) por usuario a nuestro “call TV” de producción propia: Supernova	No es un estándar de mercado, ni una obligación legal. Telefónica no tiene capacidad para implementarlo, pero gracias a que gestionamos todas las llamadas a través de nuestra plataforma IVR, podemos saber cuando un participante llega al límite de 100
Información clara y oportuna sobre el coste y la operativa: protocolización de las bases notariales de los concursos en programas y de los call TV (para los productos de personalización de móvil no procede) y realización de sorteos ante notario	No es obligación legal en todos los casos. Las bases son accesibles desde la web de ANTENA 3 , y a discreción de la notaría en la que se protocolizan, desde www.notariado.org
Información clara y oportuna sobre el coste y la operativa: Explicación insistente de mecánica de participación por parte de prescriptores (sobre todo en los programas call TV más complejos que un concurso habitual de nuestros programas), y sobreimpresiones de texto generalmente estáticas y legibles	Medida establecida para que el usuario tenga toda la información en su mano antes de tomar la decisión de participar. No hay una normativa sobre esta materia. No todos los subtítulos legales que usan el resto de operadores del mercado son legibles
Posibilidad de participación sin coste en concursos y en los call TV	No es una obligación legal en el caso de los call TV. ANTENA 3 lo lleva a cabo por coherencia con los requerimientos de la Administración para los sorteos en programas
Respuesta proactiva: teléfono de atención al cliente	No es una obligación legal. Los operadores promueven que las plataformas SMS premium los habiliten. Se comunica el número a la vez que el estímulo a la participación. Es una exigencia a nuestros proveedores
Protección de datos personales: comunicación de la localización, como parte de la política de protección de datos	La LOPD obliga a ello, pero la mayor parte de los agentes del mercado no comunica donde publican la información en la que figura como acceder a datos como quién es el titular del fichero, etc
Seguridad y transparencia: el 95% del producto promocionado por ANTENA 3 para personalización de móvil es en modelo “pull push”	El mercado trabaja prioritariamente en modelos de alertas con productos “gancho”, un modelo menos transparente para el usuario
Protección del menor: No emitimos productos de tarificación adicional en franjas infantiles	La ley protege al menor e impide que se incite directamente a la compra en la publicidad que se emita dirigida a ellos
Responsabilidad en contenidos: nos autorregulamos y no emitimos contenidos pornográficos o engañosos	Las principales cadenas nacionales no suelen emitir publicidad de contenido erótico, aunque sí productos relacionados con tarot y esoterismo. La publicidad de juego es ilegal (exceptuando las campañas aprobadas específicamente por la ONLAE), pero algunos operadores la incluyen entre sus contenidos

GRUPOS DE INTERÉS
CONFIANZA
VISIÓN
RESPONSABILIDAD
VALORES
PARTICIPACIÓN
ACCESIBILIDAD
LIBERTAD DE EXPRESIÓN
TRANSPARENCIA
ESTRATEGIA
MISIÓN

**RESPONSABILIDAD EN EL
IMPULSO AL TALENTO**

QUEREMOS SER EL GRUPO AUDIOVISUAL PREFERIDO POR
LOS MEJORES PROFESIONALES PORQUE EL TALENTO ES EL
VALOR QUE NOS IDENTIFICA Y DISTINGUE.

ANTENA 3 es una de las más avanzadas compañías del sector audiovisual en Europa. Líderes en rentabilidad y líderes en creatividad. Este éxito se debe al esfuerzo e ilusión de quiénes trabajan en ella. No en vano, se aspira a ser la empresa preferida de los mejores profesionales de la comunicación. Conscientes de este enorme valor, el Grupo ofrece grandes oportunidades a sus empleados, potencia su empeño y recompensa su mérito individual.

Contamos con el talento de nuestros profesionales y un estimulante entorno de trabajo para mantenernos en el liderazgo.

ANTENA 3 considera el desarrollo profesional de sus equipos como una de las claves para alcanzar sus objetivos empresariales. El liderazgo y grado de implicación de la alta dirección de **ANTENA 3** impulsa un estilo de gestión que cataliza la energía y las ideas de las personas, favorece el desarrollo de sus carreras, fomenta el bienestar personal y determina los objetivos empresariales del **GRUPO ANTENA 3**.

NUESTRO EQUIPO HUMANO

En 2007, el equipo humano del **GRUPO ANTENA 3** estaba compuesto por 2.109 personas. **ANTENA 3 TV** ha gestionado 1.215 puestos de trabajo en ese año. **UNIPREX** contó con 611 empleados y **ATRES ADVERTISING** con 283.

La mayor parte de los trabajadores de **ANTENA 3** poseen contrato fijo o indefinido y desarrollan su actividad a jornada completa. Las cifras de contratación indefinida en **ANTENA 3 TV** alcanzan el 84,11%, ascendiendo en el caso de **UNIPREX** al 89%, y en el de **ATRES ADVERTISING** al 95%. El 100% de la plantilla de **ANTENA 3 TV** trabaja con horario de jornada completa, al igual que **ATRES ADVERTISING**. Sólo un 5% de los trabajadores de **UNIPREX** lo hacen a tiempo parcial.

Alto nivel de
contratación
indefinida:
Antena 3 TV:
84,11%,
Uniprex: 89%,
Atres Advertising:
95%

EMPLEO POR TIPO DE CONTRATO

	2007		2006		2005	
	Empleados	%	Empleados	%	Empleados	%
ANTENA 3 TV						
Contrato indefinido	1.022	84	1.099	84	1.157	83
Contrato temporal	193	16	206	16	232	17
Total	1.215	100	1.305	100	1.389	100
UNIPREX						
Contrato indefinido	544	89	546	89	621	90
Contrato temporal	67	11	65	11	71	10
Total	611	100	611	100	692	100
ATRES ADVERTISING						
Contrato indefinido	270	95	266	95	174	95
Contrato temporal	13	5	14	5	9	5
Total	283	100	280	100	183	100

La distribución geográfica de los trabajadores se concentra en Madrid, sede central del Grupo, donde trabaja el 99,6% de la plantilla de **ANTENA 3 TV**. **UNIPREX** y **ATRES ADVERTISING** cuentan con mayor presencia en las diferentes comunidades autónomas. El 64,6% de la plantilla de **ATRES ADVERTISING** se ubica en Madrid, mientras que sólo el 27,33% de la plantilla de **UNIPREX** trabaja desde la capital, datos acordes a la localidad que caracteriza a las cadenas de radio de **ANTENA 3**. Las sinergias de Grupo

en las áreas financiera, comercial y de sistemas contribuyen lógicamente a la concentración del empleo en Madrid.

La rotación en **ANTENA 3 TV** debe entenderse en el contexto del sector audiovisual, con una alta contratación por obra. En 2007, las altas registradas correspondieron a 333 empleados. En el mismo período, se han registrado un total de 417 bajas, un 16,6% menos que en 2006. Se observa una similar distribución de las bajas por género, correspondiendo el 51,31% a mujeres.

COMPROMISO CON EL DESARROLLO PERSONAL Y PROFESIONAL

ANTENA 3 considera a sus trabajadores como profesionales que vinculan sus carreras al proyecto empresarial del Grupo. Por ello, la política de Recursos Humanos consiste en ofrecer retos en un entorno laboral que propicie el pleno desarrollo del equipo humano sin olvidar la atención a las necesidades personales.

EL CUIDADO DE LAS PERSONAS: APUESTA POR EL BIENESTAR PERSONAL

ANTENA 3 invierte medios en mejorar las condiciones laborales de sus trabajadores para que éstos disfruten del necesario equilibrio entre la vida personal, familiar y profesional.

La preocupación por el bienestar de los profesionales y sus familias es una de las prioridades de **ANTENA 3 TV** tanto a corto como a largo plazo. Esta sensibilidad implica ciertas obligaciones en materia de beneficios sociales que van más allá de las exigidas por ley. Ese plus de confort estimula la moral y el sentido de integración de los empleados.

ANTENA 3 ofrece a sus empleados una amplia cartera de beneficios sociales de forma voluntaria.

Entre ellos destacan la ventajas como seguros de vida, de accidente, permisos y excedencias, flexibilidad horaria para la formación, adecuación de la jornada y destino, acceso a Internet y anticipos sobre nómina.

En 2007, **ANTENA 3 TV** destinó 263.300 euros aproximadamente a la provisión de los seguros de vida y de accidentes de sus empleados. Este coste es asumido en un 100% por la empresa.

Además, desde que en 1990 **ANTENA 3 TV** trasladara su sede a una zona empresarial alejada del centro urbano, se han extendido beneficios adicionales, tales como el comedor de empresa y el transporte público. La comida en el comedor de la empresa es sufragada casi en su totalidad por la Compañía, que entiende que este servicio contribuye a la eficiencia horaria, al descanso en equipo y al ahorro en la economía familiar.

IMPULSO AL TALENTO: APUESTA POR LA FORMACIÓN

El programa de desarrollo profesional del Grupo posee un fuerte componente de formación permanente para el perfeccionamiento de las habilidades profesionales de sus empleados.

ANTENA 3 TV es la unidad de negocio en la que más horas de formación se han impartido. El número de cursos en **ANTENA 3 TV** ascendió en 2007 a 122 con una asistencia de 1.125 alumnos.

La inversión en formación ha superado el millón de euros en 2007.

Cada empleado ha recibido un promedio de 29,62 horas de formación. Los datos de la inversión media destinada por tipo de categoría profesional demuestra la amplia distribución de la inversión.

ANTENA 3 TV realiza un plan de formación anual, en el que se da respuesta a las necesidades de desarrollo detectadas por los directores de los respectivos departamentos.

Basándose en este diagnóstico, en el que participa la totalidad de la plantilla, se diseña un amplio catálogo de cursos. Las áreas de formación impartidas responden tanto a necesidades de negocio, tales como las derivadas del nuevo entorno digital, como al desarrollo de habilidades.

En 2007, el 86,88% de la formación fue presencial. El 82,78% de los cursos fue impartido por profesionales externos. Para los seminarios internos, **ANTENA 3 TV** cuenta con 21 formadores.

Los resultados de la evaluación de la calidad formativa en 2007 mantienen los excelentes niveles de reconocimiento obtenidos en años anteriores.

ANTENA 3 TV, mantiene vigentes acuerdos con la Universidad Carlos III, la Universidad de Salamanca y Santillana Formación para la realización del Master en Dirección de Empresas Audiovisuales y un MBA en Empresas de Televisión.

Hay que destacar que el Master en Dirección de Empresas Audiovisuales está considerado el mejor en su especialidad según un estudio del diario El Mundo (años 2004, 2005, 2006 y 2007).

Además, **ANTENA 3** mantiene otros acuerdos con la mayoría de las universidades españolas y promueve un ambicioso programa de becas a estudiantes, como informamos en el capítulo I de esta memoria.



Promoción 06-07. Máster ANTENA 3 - Carlos III.

Categoría de empleado	INVERSIÓN MEDIA (euros)		
	2007	2006	2005
Directivos	90.779,26 €	89.950,34 €	149.404,70 €
Técnicos	198.057,14 €	128.451,88 €	114.316,91 €
Administrativos	101.329,49 €	48.358,35 €	46.338,00 €
Resto	675.214,26 €	574.977,03 €	445.307,16 €
TOTAL	1.065.380,14 €	841.737,60 €	755.366,77 €

Áreas de formación	2007		2006		2005	
	%horas	Asistentes	%horas	Asistentes	%horas	Asistentes
Comunicación	3,82	43	2,57	43	4,27	59
Habilidades	10,31	116	9,22	154	11,88	164
Idiomas	3,47	39	5,03	84	4,78	66
Tecnologías	37,6	423	42,91	717	42,22	583
Otros	44,8	504	40,28	673	36,86	509
TOTAL	100	1.125	100	1.671	100	1.381

Niveles de calidad formativa	Evaluación	
	2007	2006
Calidad global del curso	8,2	8,2
Competencia técnica monitor	8,2	8,2
Competencia pedagógica monitor	8,2	8,2

1.065.380 € invertidos en formación en 2007

VALORAMOS LA DIVERSIDAD, PROMOVEMOS LA IGUALDAD

La diversidad en la plantilla del **GRUPO ANTENA 3** es un reflejo de la sociedad a la que se dirige.

La diversidad del equipo humano contribuye a hacer de **ANTENA 3** una Compañía consciente de las necesidades y preocupaciones de la sociedad de su tiempo.

Según datos de 2007 sobre la plantilla de **ANTENA 3 TV**, la media de edad se sitúa en 39,6 años y la antigüedad media es de 11,36 años en la empresa. El 43,45% de la plantilla son mujeres, la mayoría de las cuales son técnicas. De las posiciones directivas hay que destacar que el 35,15% son mujeres.

Categoría profesional ANTENA 3 TV	Género	Nº de empleados	
		2007	2006
Directivos	Mujeres	45	50
	Hombres	83	90
Técnicos	Mujeres	294	310
	Hombres	477	525
Administrativos	Mujeres	62	64
	Hombres	19	19
Resto	Mujeres	127	127
	Hombres	108	120
TOTAL		1215	1305

EDAD	Mujeres		Hombres	
	2007	2006	2007	2006
< 25	25	17	10	12
De 25 a 40	248	295	293	346
De 40 a 55	244	229	358	365
>55	11	11	26	30
TOTAL	528	552	687	753

	2007	2006	2005
Edad media (años)	39'6	39	38
Antigüedad media (años)	11,36	10,66	9,7

“La gestión del talento interno y externo es para nosotros una prioridad y un reto permanente.”

Lucio Fernández

Director de Recursos Humanos



En **UNIPREX**, los datos de plantilla en 2007 muestran una media de edad de 37 años con una antigüedad media de 8 años. El 41,08% de la plantilla son mujeres, de las cuales el 13,58% ocupan puestos directivos siendo el resto puestos técnicos.

CATEGORÍA PROFESIONAL UNIPREX	GÉNERO	Nº de empleados	
		2007	2006
Directivos	Mujeres	11	10
	Hombres	70	69
Técnicos	Mujeres	129	141
	Hombres	246	243
Administrativos	Mujeres	78	76
	Hombres	15	16
Resto	Mujeres	33	30
	Hombres	29	26
TOTAL		611	611

EDAD	Mujeres		Hombres		% mujeres	
	2007	2006	2007	2006	2007	2006
< 25	9	13	5	7	3,6	5
De 25 a 40	147	176	180	207	58,5	68,5
De 40 a 55	88	62	149	121	35,1	24,1
>55	7	6	26	19	2,8	2,4
Total	251	257	360	354	100	100

	2007	2006	2005
Edad media (años)	37	38	37
Antigüedad media (años)	8	8	8

En **ATRES ADVERTISING**, la plantilla tiene una la media de edad de 35,8 años y la antigüedad media es de 6,8 años. El 57,24% son mujeres, la mayoría de las cuales son ejecutivas de cuentas. El 39,53% de las posiciones directivas están ocupadas por mujeres.

CATEGORÍA PROFESIONAL ATRES ADVERTISING	GÉNERO	Nº de empleados	
		2007	2006
Directivos	Mujeres	17	17
	Hombres	26	27
Ejecutivos de cuentas	Mujeres	140	134
	Hombres	95	97
Administrativos	Mujeres	5	5
	Hombres	–	–
TOTAL		283	280

EDAD	Mujeres		Hombres	
	2007	2006	2007	2006
< 25	9	10	2	1
De 25 a 40	122	118	69	71
De 40 a 55	29	27	45	45
>55	2	1	5	7
TOTAL	162	156	121	124

	2007	2006	2005
Edad media (años)	35,8	35,9	32,9
Antigüedad media (años)	6,8	6,3	5,9

263.300 € destinados a la provisión de seguro de vida y accidentes de los empleados

La equidad en la retribución de los trabajadores y trabajadoras es uno de los principios recogidos en los convenios colectivos de las empresas del Grupo.

La retribución de **ANTENA 3 TV** está formada por los conceptos de salario base y complementos salariales, entre los que se incluyen los personales o de antigüedad, los de nocturnidad y franja horaria, de calidad o cantidad de trabajo en horarios extraordinarios y pagas extraordinarias, además de los complementos extrasalariales, tales como dietas y kilometraje.

El salario base es la parte de la retribución que corresponde al trabajador en función de su categoría profesional por la realización de la jornada normal de trabajo, con independencia de cualquier circunstancia objetiva o subjetiva que concurra en su puesto de trabajo o en su persona. El salario base de las diversas categorías se recoge en el convenio colectivo.

COMUNICACIÓN Y PARTICIPACIÓN

La difusión y comunicación de los valores del **GRUPO ANTENA 3** a su equipo humano, así como la información relativa a cambios organizativos de relevancia, es una práctica habitual y fluida.

En concreto, **ANTENA 3** ha implantado una fórmula cercana y efectiva: los Desayunos del Consejo Delegado en los que participa el Director General de Gestión, el Secretario General y el Director de RRHH junto a empleados. En ellos se dan a conocer temas relevantes sobre la empresa, como la evolución de los proyectos que están en marcha, se orientan y resuelven temas de alcance general y se muestra la implicación de la alta dirección respecto a determinadas políticas.

Además, a través del portal del empleado, se conoce de forma puntual el día a día de los cambios que afectan al Grupo.

Asimismo, la información a empleados, o a sus representantes, sobre cambios organizativos que pudieran afectarles, se comunica con el máximo preaviso posible, teniendo en cuenta su naturaleza, su impacto y la situación de las personas implicadas.

La plantilla general, con excepción de los Directivos y mandos intermedios, está acogida a los respectivos convenios colectivos. El marco de referencia de las relaciones entre trabajadores y **ANTENA 3 TV** es el 6º Convenio Colectivo. Su vigencia se ha extendido desde el período 2002-2004. El 7º Convenio Colectivo, que abarca hasta 2010, está previsto firmarse en febrero de 2008.

Movilidad geográfica	1 día	1 semana	2 semanas	3 semanas	1 mes	3 meses
Traslados						
Desplazamientos temporales						
Condiciones de trabajo						
Movilidad funcional						
Sistemas de remuneración						
Sistemas de trabajo y rendimiento						
Jornada de trabajo						
Horario						
Régimen de trabajo a turnos						
Extinción del contrato de trabajo						
Despido						

VELAMOS POR LA SALUD Y LA SEGURIDAD LABORAL

El **GRUPO ANTENA 3** es una Compañía preocupada por la seguridad laboral.

Los asuntos relacionados con la salud y seguridad de los empleados están cubiertos en los acuerdos sindicales indicados anteriormente. Existe un Comité de Seguridad y Salud, en el centro de trabajo de San Sebastián de los Reyes (Madrid), de acuerdo a la Ley de Prevención de Riesgos Laborales, para orientar y controlar el cumplimiento de los programas relativos a estos temas. El Comité de Seguridad y Salud tiene una representación paritaria de representantes de la Empresa y de los trabajadores. Lo integran cinco delegados de prevención y cinco representantes de la empresa. El 100% de empleados de **ANTENA 3 TV** está representado en el comité de seguridad y salud. El resto de centros territoriales de la organización, caso de los centros locales de **UNIPREX** y **ATRES ADVERTISING**, carecen de representación laboral ya que no superan los 50 trabajadores, por lo que no a lugar la existencia de tal órgano de representación.

La prevención está organizada también entorno al área Vigilancia de la Salud que, mediante un concierto con una sociedad especializada, organiza actividades específicas en caso de necesidad.

En la actualidad y, como consecuencia de las elecciones sindicales, llevadas a efecto durante el año 2007, la representación laboral de los trabajadores no ha acordado los delegados de prevención que integrarán el Comité de Seguridad y Salud.

El alcance de los asuntos de seguridad y salud cubiertos por los acuerdos establecidos incluye el intercambio mensual de información sobre la evolución del absentismo laboral, así como la realización de un auditoría legal del sistema de PRL, en cumplimiento de la legislación vigente, que es utilizada como herramienta preventiva. En 2007, los principales hitos en materia de seguridad y salud laboral fueron:

- Revisión periódica de los equipos de protección individual (EPI), para trabajos en altura; implicando al área de planificación y operaciones y a la de imagen y realización.
- Revisión periódica de las instalaciones de los estudios televisivos, hoits y pantógrafos, por parte del área de planificación y operaciones

El número de accidentes laborales ha experimentado un ligero descenso. Las bajas por accidente han pasado de 25 en el año 2005 y también en el 2006, a 23 en 2007.

Durante el ejercicio 2007, no se han tramitado accidentes graves, según la entidad que elabora y gestiona los partes de accidentes y enfermedades profesionales. Las contingencias en itinencia, la inmensa mayoría de ellos provocadas por accidentes de tráfico, tampoco han revestido gravedad, digna de consideración.

Accidentabilidad en ANTENA 3	2007		2006		2005	
	Jornada Laboral	In itinere	Jornada Laboral	En itinere	Jornada Laboral	En itinere
Número de accidentes de trabajo con baja	18	5	14	11	15	10
Número de accidentes de trabajo sin baja	51	0	67	0	55	0
Número de accidentes de trabajo mortales	0	0	0	0	0	0

Los datos de accidentalidad laboral son comunicados mediante un sistema telemático a la Seguridad Social, de manera que ésta conoce su existencia y gravedad a efectos estadísticos.

Además, internamente, se confecciona un informe mensual sobre accidentalidad laboral, así como otro informe más de evolución de las bajas de incapacidad temporal, derivada de las contingencias comunes.

En 2007, los servicios médicos y de prevención de riesgos laborales han realizado 7.846 intervenciones.

Durante este año, **ANTENA 3** ha sometido su Sistema de Prevención a una auditoría legal, cuyo resultado ha sido “favorable”. Adicionalmente, durante cada ejercicio se realizan evaluaciones de riesgo de las instalaciones y puestos de trabajo, así como inspecciones de seguridad de las condiciones de trabajo.

Con carácter general, la actividad de radio y televisión no está sujeta al riesgo de enfermedades profesionales. No obstante, cabría mencionar las situaciones siguientes que constituyen objeto de prevención:

- Oficinas, usuarios de pantallas de visualización de datos.
- Carpintería y pintura, inhalación de polvo, gases, etc.
- Técnicos de emisión, mantenimiento, etc.

Con ocasión de la posible salida de los profesionales de medios de comunicación a zonas de riesgo y/o, a consecuencia de conflictos bélicos o catástrofes naturales, se lleva a efecto un programa de prevención, seguimiento y control de su estado de salud.

Durante cada ejercicio anual se realizan diversas actividades preventivas, según la programación anual del servicio de prevención y la correspondiente definición de objetivos en materia de prevención de riesgos y salud laboral. Las actividades realizadas están recogidas en la Memoria anual del servicio de prevención.

En 2007, destacaron los programas de educación, entrenamiento y control del riesgo en tres materias: control del estrés, en el que se han formado 13 empleados, trabajo en altura, con 32 asistentes y 1 en el uso de carretillas automotoras.

Los Reconocimientos Médicos anuales, así como los específicos, incluyen educación en prevención y salud.

	2007	2006	2005
Consultas atendidas	7846	8513	8402
Urgencias atendidas	260	254	248
Analíticas y otros	0	371	465
Reconocimientos médicos	18	371	465
Vacunaciones	30	102	205
Evaluación de los riesgos laborales	201	228	234

CONTEMPORANEIDAD
EXPECTATIVAS EFICACIA RESPUESTAS
RESPONSABILIDAD TALENTO
VALORES CERCANÍA
ACCESIBILIDAD COMPROMISO
INFANCIA
AUTORREGULACIÓN

**RESPONSABILIDAD
CON LA SOCIEDAD**

ANTENA 3 ESTÁ AL SERVICIO
DE LA SOCIEDAD. COMO GRUPO
AUDIOVISUAL TENEMOS UN
POTENCIAL DE COMUNICACIÓN
Y UNA CAPACIDAD DE
CONVOCATORIA QUE QUEREMOS
CAPITALIZAR IMPULSANDO LA
PARTICIPACIÓN DE LAS PERSONAS
EN LA MEJORA DE LA SOCIEDAD.

FUNDACIÓN ANTENA 3: CONTRIBUCIÓN ACTIVA

En el **GRUPO ANTENA 3** somos conscientes del enorme valor que pueden aportar los medios de comunicación en la formación y educación de los ciudadanos. Por ello consideramos fundamental emprender campañas de sensibilización ante determinados problemas sociales. Pero también deseamos involucrarnos activamente en las actividades que organizamos. No nos basta con ser conscientes, también intentamos ser consecuentes. La labor que realiza la Fundación pretende ser una contribución activa, capaz de mejorar nuestro entorno y también a las personas más necesitadas. Y entre ellas, sin duda, destacan los niños y los jóvenes, porque quizá sean los colectivos que más ayuda puedan requerir, y porque son los más sensibles a la promoción de valores.

La **FUNDACIÓN ANTENA 3** busca convertirse en un punto de encuentro entre infancia, primera juventud y familia.

El trabajo de la **FUNDACIÓN ANTENA 3** está organizado entorno a cuatro grandes áreas de actividad: la asistencia hospitalaria, la difusión de valores y principios, la promoción y profesionalización del voluntariado y el desarrollo de proyectos teóricos. Cuenta con el apoyo de todas las empresas que conforman el **GRUPO ANTENA 3**, que ponen todos sus medios al servicio de la Fundación.



PROGRAMA DE ASISTENCIA HOSPITALARIA

Si uno de los principios de la Fundación es la atención prioritaria hacia niños y jóvenes, este compromiso se refuerza aun más cuando éstos se encuentran hospitalizados. Por ello, la **FUNDACIÓN ANTENA 3** ha renovado y potenciado su compromiso hacia ellos, atendiéndoles especialmente en el ámbito emocional, a través de su Programa de Asistencia Hospitalaria.

El Programa de Asistencia Hospitalaria está pensado para que la estancia de los niños en los hospitales sea lo más llevadera posible.

Tenemos la convicción de que una de las mejores formas de canalizar nuestra acción social es haciendo lo que mejor sabemos hacer. Por eso, dentro del Programa de Asistencia Hospitalaria creamos en 2006 **CANAL FAN3**, el primer canal de televisión infantil pensado para niños y jóvenes que se encuentran hospitalizados.

La programación del **CANAL FAN3** aúna contenidos de entretenimiento –tv movies, series, o dibujos– con piezas educativas que promueven hábitos saludables y que ayudan a los niños a comprender el proceso que están atravesando. En 2007 se han estrenado nuevas secciones divulgativas, e incluso de humor. Además, los rostros populares de **ANTENA 3** participan periódicamente para dar ánimos y consejos.

La **FUNDACIÓN ANTENA 3** cuenta con la colaboración de la Asociación Española de Pediatría y el Colegio Oficial de Psicólogos de España, entidades que colaboran en la supervisión de los contenidos de **FAN3**.

A 31 de Diciembre de 2007 el **CANAL FAN3** se emitía en el Hospital Infantil Niño Jesús (Madrid), Hospital San Joan de Déu (Barcelona), Hospital General (Valencia), Hospital Virgen de la Arrixaca (Murcia), Clínica Universitaria de Navarra, y en diversos hospitales de Castilla-La Mancha y de la Comunidad de Valencia. La Fundación proyecta extender esta iniciativa en los próximos meses a las comunidades de Extremadura, Canarias y Castilla-León, entre otras comunidades.

Pero no solo la televisión entretiene y forma a los niños. La distribución y renovación de libros, material didáctico y juguetes es otra de las actividades que, dentro del Programa de Asistencia Hospitalaria, ha llevado a cabo en 2007 la **FUNDACIÓN ANTENA 3**.

Con el objetivo de renovar los títulos de las bibliotecas de los hospitales y ayudar a normalizar la situación de los pequeños hospitalizados a través de la lectura, la **FUNDACIÓN ANTENA 3** seleccionó los libros infantiles y juveniles de mayor éxito de las principales editoriales españolas.

En el año 2007 el número de hospitales beneficiarios de esta iniciativa ascendió a diez (Hospital Nuestra Señora del Prado de Toledo, Hospital Virgen de la Luz de Cuenca, Hospital Universitario de Guadalajara, Hospital Virgen de la Salud de Toledo, Hospital General de Ciudad Real, Hospital Universitario Virgen de la Arrixaca de Murcia, Clínica Universitaria de Navarra, Hospital Universitario Niño Jesús de Madrid, Hospital La Paz de Madrid y Hospital de Nuestra Señora del Perpetuo

Socorro de Albacete). Además para complementar estas iniciativas, el pasado 11 de diciembre se inauguró la nueva Biblioteca Infantil del Hospital de La Paz (Madrid) diseñada y financiada por la **FUNDACIÓN ANTENA 3**.

Además de la dotación de bibliotecas y ludotecas, para facilitar la comunicación entre los niños hospitalizados que se encuentran inmovilizados o aislados y sus familiares, amigos o profesores, la **FUNDACIÓN ANTENA 3** ha puesto en marcha un programa de dotación de ordenadores portátiles. Gracias a un convenio de colaboración firmado en 2007 con General Electric y a la obtención de licencias y software a través del Proyecto DONO, creado por Microsoft, la **FUNDACIÓN ANTENA 3** podrá comenzar a hacer realidad este proyecto en 2008.

La **FUNDACIÓN** planifica regularmente visitas de artistas y personalidades atractivas para niños y jóvenes con el fin de aportar diversión y cercanía.

Finalmente y como último proyecto enmarcado dentro del Programa de Asistencia Hospitalaria, en 2007 la Fundación ha iniciado una línea de trabajo para impulsar la creación de residencias gratuitas, especialmente concebidas para atender las necesidades de los familiares que acompañan a menores enfermos cuyo tratamiento médico exige prolongados periodos de hospitalización.

DIFUSIÓN DE VALORES Y PRINCIPIOS

La promoción de valores y principios constituye otro de los ejes fundamentales de las actividades de Acción Social de la Fundación. Desde el año 2006 se ha venido prestando especial importancia a la seguridad vial, al fomento de la lectura y a la promoción de hábitos de vida saludables.

Con el objetivo de contribuir a reducir de manera efectiva los accidentes de tráfico, **ANTENA 3 TELEVISIÓN** y la **FUNDACIÓN ANTENA 3** se adhirieron en el año 2006 a la Carta Europea de la Seguridad Vial.

Fruto de este compromiso, durante el 2007 la Fundación ha puesto en marcha una serie de actividades con el denominador común de fomentar la seguridad vial entre los más pequeños:

- Colaboración en la Campaña Informativa en autoescuelas de la Comunidad de Madrid con la producción de un vídeo formativo sobre los sistemas de seguridad para niños.
- Elaboración de material audiovisual para las actividades informativas organizadas por IRSA y AESLEME con el fin de concienciar a los jóvenes sobre el peligro de los accidentes de tráfico.

“Con proyectos amenos y constructivos facilitamos la participación activa de niños y jóvenes en nuestras iniciativas, que están dirigidas a convertirlos en mejores ciudadanos.”

De derecha a izquierda: **Carmen Bieger** (Directora), **Lary León** y **Susana Gato**



El Grupo Antena 3 firma la Carta Europea de la Seguridad Vial

- Participación en la 1ª Semana Mundial de la Seguridad Vial (actividades en la carpa de la plaza de Colón de Madrid: ordenadores portátiles con juegos educativos sobre seguridad vial para niños y jóvenes).
- Jurado en la II Edición del Concurso Nacional de Fotografía sobre Seguridad Vial y Movilidad organizado por CEA que pretende transmitir mensajes positivos que permitan concienciar y sensibilizar sobre la importancia de la seguridad vial en la sociedad.

Además de la Seguridad Vial, el fomento del hábito de la lectura ha sido otro de los ámbitos en los que la **FUNDACIÓN ANTENA 3** ha continuado trabajando en 2007, destacando las siguientes actividades:

- Organización de cuentacuentos en hospitales infantiles.
- Visitas a los hospitales de los personajes de la literatura infantil y juvenil para fomentar la lectura entre los niños.

- Patrocinio y jurado del Premio de Ilustración de libros infantiles Destino 2007, elaborando una edición especial para la Fundación que se distribuirá en los hospitales con motivo del Día del Libro.

Por último, con el propósito de contribuir a la difusión de los derechos de la infancia, entre ellos, la erradicación de la explotación infantil, la **FUNDACIÓN ANTENA 3** impulsó una acción especial de sensibilización con ocasión del Día Universal de la Infancia.

El uso responsable del agua, la preocupación por la salud visual infantil o la lucha contra la drogadicción han sido otras de las iniciativas que se han llevado a cabo.

PROMOCIÓN Y PROFESIONALIZACIÓN DEL VOLUNTARIADO

En Octubre de 2007, la **FUNDACIÓN ANTENA 3** organizó junto a la ONG Cooperación Internacional el **DÍA SOLIDARIO DE LAS EMPRESAS**. Una jornada que puso en contacto a las empresas y a sus empleados con asociaciones solidarias para lanzar políticas de responsabilidad social corporativa.

Además de promover iniciativas externas, la **FUNDACIÓN ANTENA 3** también fomenta el voluntariado corporativo entre los empleados del **GRUPO**. Así, durante el año 2007, lanzó el proyecto **PROFESIONALES PARA EL DESARROLLO** en colaboración con la Fundación Codespa. La **FUNDACIÓN ANTENA 3** financió el viaje, la manutención y los gastos de un grupo de empleados de la Compañía, que durante tres semanas de sus vacaciones se desplazaron a Ecuador, con el fin de enseñar su profesión a varias comunidades locales e impartir talleres de edición de vídeo, marketing y contabilidad.

Adicionalmente a todas las actividades propias desarrolladas, la **FUNDACIÓN ANTENA 3** ha realizado aportaciones económicas en forma de donativos a aquellos proyectos dirigidos a niños y jóvenes puestos en marcha por otras asociaciones, ONGS y fundaciones.

Además, y para contribuir a la difusión de otras iniciativas solidarias, la Fundación ha facilitado la emisión de espacios publicitarios sin coste en televisión y radio a entidades no lucrativas que cumplen

con unos determinados parámetros. Para llevar acabo esta iniciativa, la **FUNDACIÓN ANTENA 3** ha puesto en marcha un procedimiento que asegura la transparencia en la elección de las entidades beneficiarias de estos espacios sin coste.

La Fundación solicita a las entidades una serie de requisitos para poder acceder a estas ayudas, entre otros, estar acogidas a la Ley de Fundaciones 49/2002, acreditar mas de tres años de actividad, presentar un informe de auditoría de sus cuentas sin incidencias o tener un gasto de personal inferior al 15% de su presupuesto anual.

Las solicitudes de aquellas entidades que cumplan con todos los requisitos son estudiadas por un comité, compuesto por las direcciones de marketing, informativos y auditoría interna de **ANTENA 3 TV**, la dirección de programas de **ONDA CERO**, **ATRES ADVERTISING** y la propia **FUNDACIÓN ANTENA 3**, que decide los beneficiarios finales de las ayudas. Las campañas de publicidad sin coste para entidades no lucrativas se ponen en marcha dos veces al año. Hasta el momento las beneficiarias han sido las siguientes entidades: Ayudemos a un Niño, Más Vida, Save the Children, Manos Unidas, AESLEME, Fundación PRODIS, Cruz Roja y Asociación Española contra el Cáncer.

Finalmente y dentro del apartado de proyectos teóricos que la **FUNDACIÓN ANTENA 3** desarrolla, en 2007 ha patrocinado el Festival Infantil de Publicidad **EL CHUPETE** que tiene como objetivo premiar la comunicación responsable, y la 7ª Edición del Festival Internacional de Cine Infantil y Juvenil, dedicada a la transmisión de valores a través del cine.

Los fondos
asignados
en 2007
ascendieron a
963.000 €

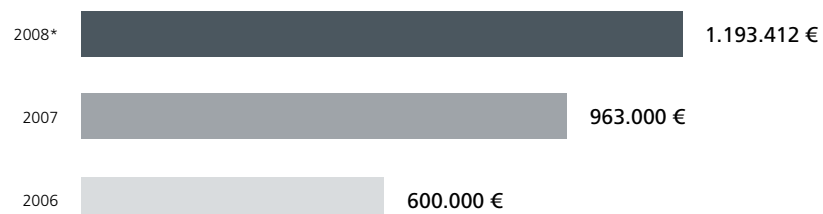
LA FUNDACIÓN EN CIFRAS

En 2008 la **FUNDACIÓN ANTENA 3** incrementará su presupuesto hasta alcanzar la cifra de 1.193.412 €. Con ello se persigue continuar en la labor desarrollada hasta ahora e implantar nuevos proyectos enfocados a la infancia y la juventud.



Más información sobre la
Fundación Antena 3 en
<http://www.fundacionantena3.es>

EVOLUCIÓN INGRESOS DE LA FUNDACIÓN APORTADOS POR EL GRUPO ANTENA 3



* Presupuesto aprobado en la reunión del Patronato el 28 de noviembre de 2007

La Fundación,
punto de encuentro
de infancia,
primera juventud
y familia



TALENTO
EFICACIA
ESTRATEGIA
VISIÓN
VALORES
EXPECTATIVAS
ESTRATEGIA
CONTEMPORANEIDAD
CONFIANZA
COMPROMISO
LIBERTAD DE EXPRESIÓN
PARTICIPACIÓN
INNOVACIÓN
CERCANÍA
VOLUNTARIEDAD

**RESPONSABILIDAD CON EL
CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE**

LA ECOEFICIENCIA ES PARTE
DE NUESTRA MENTALIDAD
EMPRESARIAL, DE LA GESTIÓN
OPERATIVA Y DEL QUEHACER
DIARIO DE LOS EMPLEADOS.
HEMOS CONSEGUIDO LOGROS
SIGNIFICATIVOS EN EL CUIDADO
DEL MEDIOAMBIENTE.

El **GRUPO ANTENA 3** tiene una clara voluntad de contribución al medioambiente. Los objetivos que perseguimos son, por un lado, minimizar el impacto medioambiental de nuestra actividad empresarial y, por otro, potenciar la concienciación y la actuación ciudadana en pro de la sostenibilidad. La estrategia medioambiental de **ANTENA 3** se articula a través de dos líneas de actuación principales:

- Introducción de tecnologías de última generación y optimización de recursos con el fin de impulsar la eco-eficiencia en la gestión operativa de la Compañía.
- Sensibilización de la opinión pública sobre su papel como agente de la sostenibilidad medioambiental.

Invertimos en tecnologías ecoeficientes y sensibilizamos a la opinión pública en responsabilidad medioambiental.

En 2007, hemos
reducido en
1 tonelada la
generación de
residuo en papel

NUESTRA GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL

Somos conscientes de que la producción de nuestros programas y la prestación de nuestros servicios, ya sea en platós o en las diversas localizaciones a las que nos desplazamos, tienen un impacto medioambiental. **ANTENA 3** consume energía, papel, agua, y genera residuos. Nuestra gestión de impactos medioambientales tiene una clara orientación al ahorro. Cada inversión y cada logro generan un triple dividendo: en la empresa, en el medioambiente y en la sociedad.

La gestión medioambiental de **ANTENA 3 TV** tiene su columna vertebral en la Dirección de Gestión Operativa. La política de mantenimiento de las instalaciones está imbuida de una gran sensibilidad ecoeficiente. El agrupamiento de empresas en una misma ubicación, en la sede central de **ANTENA 3 TV** en San Sebastián de los Reyes, así como la reestructuración de espacios de oficina y trabajo, están diseñadas en función de la estructura orgánica de la Compañía, con el objetivo de crear sinergias y potenciar la eficiencia, evitando la dispersión de los equipos y reduciendo la frecuencia de viajes de trabajo.

Las medidas impulsadas desde la Dirección de Gestión Operativa pretenden reducir el consumo de materiales, energía, agua, y la generación de emisiones y residuos, con el consiguiente ahorro económico. **ANTENA 3** no ha recibido sanción alguna por incumplimiento de la normativa medioambiental.

PRINCIPALES INDICADORES MEDIOAMBIENTALES DEL GRUPO

Nos esforzamos en reducir la generación de emisiones y residuos y buscamos el ahorro en materiales, energía y agua.

AHORRO EN EL CONSUMO DE MATERIAS PRIMAS

En las empresas de medios de comunicación, el consumo de papel ha sido muy significativo. **ANTENA 3** tiene por objetivo reducir año a año su uso. La concienciación del trabajador sobre un mejor aprovechamiento de las nuevas tecnologías y una acertada política de inversión en equipos que reducen el consumo de materias primas, ha logrado reducir en un 25% el consumo de papel blanco en los últimos tres años.

El ahorro en toneladas de papel que ha supuesto la utilización de nuevas tecnologías alcanza una progresión de -3,3 toneladas menos entre 2005 y 2006, a las que se suma 1,1 tonelada menos en el último año.

La valorización de los materiales se ha incrementado significativamente en 2007. Resultado de la política de concienciación sobre la necesidad de incrementar el reciclaje, se ha conseguido que un 44% del papel de desecho se dirija a plantas de reciclaje. Además, **ANTENA 3** contribuye a la reutilización mediante la puesta en circulación del material desechado de nuestras instalaciones, tales como equipamiento técnico, mobiliario, vehículos y atrezzo, procediendo a su venta o donación, para que pueda ser usado por empresas que no poseen el mismo nivel de exigencia.

Consumo de materiales	2007	2006	2005
Papel blanco (folios)	7.500.000	8.125.000	10.000.000
Tóners y cartuchos de impresión (unds.)	1.002	1.186	1.465
Sobres blancos (unds.)	30.000	30.000	45.700
Luces Fluorescentes (unds.)	1.026	1.729	2.104

Materiales valorizados	2007			2006			2005		
	Total usado	Total valorizado	% ¹	Total usado	Total valorizado	%	Total usado	Total valorizado	%
Papel (folios)	7.500.000	3.300.000	44	8.125.000	0	0	10.000.000	0	0
Tóners y cartuchos de impresión (unds.)	1.002	1.002	100	1.186	1.186	100	1.465	1.465	100
Luces fluorescentes (unds.)	1.026	1.026	100	1.729	0	0	2.104	0	0

AHORRO EN EL CONSUMO DE ENERGÍA

ANTENA 3 utiliza electricidad, gas y gasóleo para el funcionamiento de oficinas, estudios y almacenes. En 2007, el consumo de gas se ha conseguido reducir en un 21,89% y el de electricidad en un 0,96%. El consumo de gasóleo se mantiene, con tan sólo un 0,082% de aumento.

Entre las acciones más importantes llevadas a cabo para la reducción del consumo de energía se encuentran las iniciativas destinadas la eliminación de la energía reactiva, la limpieza de la red eléctrica y la utilización de materiales de máximo aprovechamiento energético. Los resultados de esta línea de actuación han conseguido una reducción del consumo energético del 9,5% respecto al año 2006.

Consumo de energía	2007	2006	2005
Gas consumido (m3)	11.929	15.274	14.610
Gasóleo consumido (Litros)	602.692	602.197	648.033
Electricidad (Kw.h)	18.844.076	19.028.249	18.146.834

En 2007, hemos reducido el consumo de gas en un 21,9%

Ahorro energético	2007 (€)	% Ahorro	2006 (€)	% Ahorro	2005 (€)	% Ahorro
Uso de materiales altamente energéticos (electricidad, gasóleo, y gas)	133.000,00	9,50%	89.000,00	6,84%	88.000,00	6,76%

1 La fórmula para calcular este porcentaje es: (Total material reciclado (en unidad de medida) / Material usado total (en unidad de medida)) x 100



Paulino Aparicio
Director de Gestión Operativa

“Con el esfuerzo de todos, hemos reducido el consumo de electricidad, gas, emisiones de contaminantes y residuos sólidos. Es nuestra responsabilidad, profesional y personal.”

José Ángel Alvaredo
Subdirector de Infraestructuras



ANTENA 3 viene impulsando en los últimos años varias iniciativas de ecoeficiencia energética, que se detallan en el siguiente gráfico:



En 2007, hemos reducido el consumo de electricidad en un 0,96%

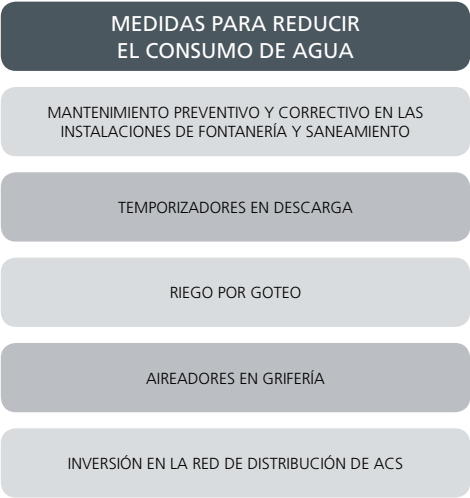
ESTABILIDAD EN EL CONSUMO DE AGUA

El consumo de agua en **ANTENA 3** ha sido estable en los tres últimos años, es principalmente de uso doméstico y procede totalmente de las redes de distribución municipales.

Consumo de agua (m³)	2007	2006	2005
Total	58.601	42.930	52.068

*Debido a un problema con un contador defectuoso durante 6 meses en 2006, los datos de las lecturas del año 2006 no son fiables

ANTENA 3 viene impulsando en los últimos años varias iniciativas para reducir el consumo de agua, que se detallan en el siguiente gráfico:



CALCULAMOS NUESTRAS EMISIONES DE CO2

Para poder reducir nuestras emisiones, lo primero que hay que hacer es conocer el volumen que generamos. En 2007, **ANTENA 3** ha calculado sus emisiones de CO2 en 347,29 t de Co2 eq. Las principales iniciativas impulsadas para reducir las, además de lo indicado en las medidas de reducción del consumo energético y de combustible para transporte, son el correcto mantenimiento de las instalaciones y la sustitución periódica de los quemadores de las calderas.

Actualmente, **ANTENA 3** no dispone de datos para realizar el cálculo de las emisiones de CO2 derivadas del transporte de trabajadores. Si bien, la Compañía hace hincapié constante en la necesidad de aprovechar las nuevas tecnologías en pro de una mayor eficiencia, como la videoconferencia y otros medios de comunicación telemáticos, que sin duda contribuyen a reducir el consumo de energías y por lo tanto la emisión de gases. La Compañía exige una óptima planifi-

cación previa de los viajes de trabajo y promueve el uso del transporte colectivo o la optimización máxima del privado, con varios trabajadores por vehículo.

La actividad de **ANTENA 3** no es emisora de sustancias destructoras de la capa de ozono. En la historia de **ANTENA 3** no se ha producido episodio o siniestro alguno que diera lugar a emisión de gases de esta naturaleza.

Sin duda alguna, contribuyen a esta seguridad la rigurosa política de mantenimiento preventivo que tiene implantado el **GRUPO** y la existencia de medidas que inciden en su reducción. Destaca la progresiva sustitución de equipamiento de climatización con gases refrigerantes CFCs, por gases no contaminantes como el F-407, y la sustitución paulatina de equipamiento de extinción de incendios con halones, por nuevos elementos no contaminantes o agua nebulizada.

REDUCCIÓN EN LA GENERACIÓN DE RESIDUOS

En 2007, **ANTENA 3** ha logrado reducir en una tonelada la generación de residuo en papel y en 703 unidades los fluorescentes desechados.

La gestión de residuos, tales como fluorescentes, pilas, papel, cartón, tóner o, maderas, entre

otros, se ha subcontratado a una empresa especializada. Antena 3 impulsa medidas de minimización de la generación de residuos, entre las que cabe destacar:

- MEDIDAS PARA REDUCIR LA GENERACIÓN DE RESIDUOS
- RECUPERACIÓN Y APROVECHAMIENTO DE MATERIALES DE OBRA: MAMPARAS, VIDRIOS, AISLAMIENTO, ETC...
- POLÍTICA DE VENTA Y DONACIÓN DE MATERIAL TÉCNICO DESECHADO DE NUESTRAS INSTALACIONES PARA QUE PUEDA SER UTILIZADO POR EMPRESAS QUE NO PRECISAN DEL MISMO NIVEL DE EXIGENCIA
- ESTUDIO DEL CAMBIO DE LOS FOCOS INCANDESCENTES POR PROYECTORES DE LEDS CON DIODOS DE LARGA DURACIÓN, A FIN DE MINIMIZAR EL CONSUMO DE LÁMPARAS, Y POR TANTO, DE RESIDUOS SÓLIDOS
- ESTUDIO DEL CAMBIO DE LOS SISTEMAS INALÁMBRICOS POR EQUIPOS QUE TRABAJEN CON BATERÍAS RECARGABLES

En 2007, **ANTENA 3** ha logrado reducir en una tonelada la generación de residuos en papel y en 703 unidades los fluorescentes desechados.

Residuos	2007	2006	2005
Papel y cartón (toneladas)	6	5	5
Residuos pilas (toneladas)	42	42	16
Fluorescentes (unds.)	1.026	1.729	2.104

SIN IMPACTO NEGATIVO EN LA BIODIVERSIDAD

ANTENA 3 está ubicada desde hace 19 años en una zona consolidada como terreno urbano, un polígono industrial no emplazado en área protegida.

EL GRUPO ANTENA 3 PROMUEVE LA EDUCACIÓN MEDIOAMBIENTAL

Impulsamos una estrategia de educación medioambiental a través de nuestros canales de comunicación.

A lo largo del año 2007, se han realizado varias acciones en favor del medioambiente y el desarrollo sostenible que pretenden concienciar a la ciudadanía sobre los peligros que conlleva un acelerado cambio climático en el planeta e insta a los ciudadanos a combatirlo.

CASO PRÁCTICO. CAMPAÑA CONTRA EL CALENTAMIENTO GLOBAL

Una de las actuaciones más destacadas en materia de sensibilización medioambiental ha sido la campaña contra el calentamiento global protagonizada por **Susanna Griso** y **Roberto Brasero**, responsable del pronóstico del tiempo en **ANTENA 3 TV**.

La campaña, con un marcado carácter informativo, se realizó coincidiendo con el Día Mundial del Agua. En ella participaron **ANTENA 3** y **ONDA CERO** en colaboración con la **FUNDACIÓN ANTENA 3** y se vertebró entorno a tres ejes fundamentales:

- La presencia de **Roberto Brasero** en los programas de **ANTENA 3 TV** y **ONDA CERO** para explicar el concepto de calentamiento global y ofrecer a los ciudadanos algunas pautas de actuación que podrían ayudar a paliar este problema. Entre otros, el presentador de **EL TIEMPO** de **ANTENA 3** visitó **ANTENA 3 NOTICIAS**, **ESPEJO PÚBLICO** y **LA BRÚJULA DE ONDA CERO**.
- La emisión de promociones televisivas y cuñas radiofónicas en **ANTENA 3** y **ONDA CERO** alertando sobre las causas que provocan el mayor problema ambiental del siglo XXI. Tanto las promociones de televisión como las de radio se emitieron a lo largo de la programación de ambos medios de comunicación.
- La difusión en televisión y radio de piezas informativas y microespacios donde se explicaba a los ciudadanos en qué consiste el cambio climático, qué hábitos del ser humano lo aceleran y cómo se puede combatir.

NUESTROS PRÓXIMOS PASOS

A lo largo de este informe hemos mostrado las diferentes iniciativas del **GRUPO ANTENA 3** en el ámbito de la responsabilidad corporativa con el fin de dar respuesta a las demandas y expectativas de nuestros grupos de interés. Esperamos que la información recogida a lo largo del Informe le haya proporcionado una imagen global de nuestra Compañía.

Somos conscientes de que nos queda un largo camino por recorrer, y que este informe constituye sólo el primer paso para el establecimiento de políticas más eficaces y mayores compromisos firmes con nuestros grupos de interés. Existen áreas donde tenemos un amplio margen de mejora. Por este motivo, para el año 2008 nos hemos marcado los siguientes objetivos:

1. Inicio de los trabajos para la elaboración de un Plan Director de Responsabilidad Corporativa 2009-2011 que establezca un marco común de trabajo y ordene cada una de las acciones de la Compañía.
2. Avanzar en la integración de la responsabilidad corporativa en **ANTENA 3**.
3. Análisis de la adhesión a iniciativas internacionales de responsabilidad social corporativa.
4. Desarrollar acciones que fortalezcan la cohesión cultural de la organización en torno a las ideas de buen gobierno, compromiso, transparencia e integridad.
5. Lanzamiento de un proceso de consulta con los grupos de interés internos y externos de **ANTENA 3** como parte del proceso de elaboración del Informe de Responsabilidad Corporativa 2008.
6. Fortalecimiento de los sistemas internos de recogida y consolidación de la información para ampliar en los próximos años el alcance y la profundidad de la información proporcionada por la Compañía.
7. Compromiso con la verificación del próximo Informe de Responsabilidad Social Corporativa.

Del avance de estos compromisos, así como de otras acciones que **ANTENA 3** pudiera acometer en materia de responsabilidad corporativa, esperamos darle cuenta en el Informe del próximo año.

ÍNDICE DEL CONTENIDO DEL GRI

GR3	GLOBAL COMPACT	PÁGINA
ESTRATEGIA Y ANÁLISIS		
1.1	Declaración del máximo responsable, estrategia	Pág. 7-8
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades	Pág. 7,11,12,38-39
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		
2.1	Nombre de la organización	Pág. 2
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios	Pág. 15-19
2.3	Estructura operativa de la organización	Pág. 15-17
2.4	Localización de la sede principal de la organización	Pág. 2
2.5	Número de países en los que opera y nombre en los que desarrolla actividades significativas	El Grupo Antena 3 desarrolla sus actividades en el territorio español, aunque algunos de sus canales puedan ser visualizados en el extranjero.
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	Pág. 2
2.7	Mercados servidos	Pág. 15, 48-49
2.8	Dimensiones de la organización (ventas netas, capitalización total, etc.)	Pág. 20
2.9	Cambios significativos, estructura y propiedad de la organización	Pág. 15,16
2.10	Premios y distinciones	Pág. 22
PÁRAMETROS DE LA MEMORIA		
Perfil de la memoria		
3.1	Periodo que cubre la memoria	Pág. 13
3.2	Fecha de la memoria anterior más reciente	El Grupo Antena 3 publica su primer Informe de RC en el año 2007
3.3	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.)	Pág. 13
3.4	Punto de contacto	Pág. 2
Alcance y cobertura de la memoria		
3.5	Proceso de definición del contenido de la memoria (determinación de la materialidad, prioridad de los aspectos, identificación de los grupos de interés)	Pág. 10-13
3.6	Cobertura de la memoria	Pág. 13
3.7	Limitaciones del alcance o cobertura de la memoria	Pág. 13
3.8	Base para incluir información en el caso de negocios conjuntos, filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar negativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones	Pág. 13

GR3		GLOBAL COMPACT	PÁGINA
3.9	Técnicas de medición de datos, bases de cálculo, hipótesis y estimaciones aplicadas. Motivos para no aplicar los Protocolos de Indicadores GRI		Pág. 13
3.10	Descripción del efecto que pueda tener la reexpresión de información perteneciente a memorias anteriores	El Grupo Antena 3 publica su primer Informe de RC en el año 2007	
3.11	Cambios significativos en el alcance, la cobertura o los métodos de cálculo		Pág. 20
3.12	Tabla que indica la localización de los contenidos básicos de la memoria		Pág. 102-111
Verificación			
3.13	Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria	Pág 101. El Grupo Antena 3 tiene previsto verificar el Informe de Responsabilidad Corporativa del año 2008.	
GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS			
Gobierno			
4.1	Estructura de gobierno de la organización	Informe de Gobierno Corporativo 2007.	Pág. 194-200
4.2	Indicar si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo	Informe de Gobierno Corporativo 2007.	Pág. 202
4.3	En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número de miembros del máximo gobierno que sean independientes o no ejecutivos	Informe de Gobierno Corporativo 2007.	Pág 203
4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno		Pág. 46
4.5	Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano y el desempeño de la organización	Informe de Gobierno Corporativo 2007.	Pág. 209-211
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno	Informe de Gobierno Corporativo 2007.	Pág 215
4.7	Procedimiento para la determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos	Informe de Gobierno Corporativo 2007.	Pág. 213-214
4.8	Declaración de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación		Pág. 35
4.9	Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, social y ambiental, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios	Pág. 36,39 Informe de Responsabilidad Corporativa. Informe de Gobierno Corporativo 2007.	Pág. 224-226
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desarrollo económico, ambiental y social	Informe de Gobierno Corporativo 2007.	Pág. 213-214

GR3	GLOBAL COMPACT	PÁGINA
Compromiso con iniciativas externas		
4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un principio de precaución	Pág. 10-13
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe	Pág. 40,41,56,61,62
4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya y: - Esté presente en los órganos de gobierno - Participe en proyectos o comités - Proporcione una financiación importante que exceda las obligaciones de los socios - Tenga consideraciones estratégicas	Pág. 40,41,56,61,62
Participación de los grupos de interés		
4.14	Relación de los grupos de interés que la organización ha incluido	Pág. 29
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete	Pág. 10-13
4.16	Participación de los grupos de interés (frecuencia)	Pág. 10-13
4.17	Principales preocupaciones y aspectos de interés que a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria	Pág. 10-13,30
DIMENSIÓN ECONÓMICA		
ENFOQUE DE GESTIÓN		
	Responsabilidad con la generación de valor	Pág. 44-46
INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO		
Desempeño Económico		
EC.1	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagados a proveedores de capital y a gobiernos	Pág. 45-46
EC.2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático	Pág. 98-99
EC.3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales	Pág. 76
EC.4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos	El Grupo Antena 3 no ha recibido ayudas financieras significativas de Gobiernos
Presencia en el mercado		
EC.5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugar donde se desarrollen operaciones significativas	Este indicador no se encuentra disponible a fecha de elaboración de este informe, debido a la falta de un procedimiento formal que permita reportar la información requerida. Antena 3 espera poder reportar esta información en próximas ediciones.
EC.6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas	Las partidas de contratación consideradas significativas están asignadas a proveedores nacionales.

GR3		GLOBAL COMPACT	PÁGINA
EC.7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas	El Grupo Antena 3 desarrolla sus actividades en España.	Pág. 78
Impactos económicos indirectos			
EC.8	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie		Pág. 86-91
EC.9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de los impactos	Este indicador no se encuentra disponible a fecha de elaboración de este informe, debido a la falta de un procedimiento formal que permita reportar la información requerida. Antena 3 espera poder reportar esta información en próximas ediciones.	
DIMENSIÓN AMBIENTAL			
ENFOQUE DE GESTIÓN			
	Nuestra gestión medio ambiental		Pág. 95
	El Grupo Antena 3 promueve la educación ambiental		Pág. 100
INDICADORES DE DESEMPEÑO AMBIENTAL			
Materiales			
EN.1	Materiales utilizados, por peso o volumen	GC8	Pág. 95
EN.2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados	GC8	Pág. 95-96
Energía			
EN.3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias	GC8	Pág. 96
EN.4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias	GC8	Pág. 96
EN.5	Ahorro de energía debido a la conservación y a las mejoras en la eficiencia	GC9	Pág. 98
EN.6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas	GC9	Pág. 98
EN.7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas	GC8	Pág. 98
Agua			
EN.8	Captación total de agua	GC8	Pág. 98
EN.9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua		Antena 3 no capta agua directamente, su única fuente es la red municipal
EN.10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada	GC8	Antena 3 no recicla agua directamente, su única fuente es la red municipal
Biodiversidad			
EN.11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados, de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas	GC8	Pág. 99

GR3		GLOBAL COMPACT	PÁGINA
EN.12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas	GC8	Pág. 99
EN.13	Habitats protegidos o restaurados		Este indicador no se encuentra disponible a fecha de elaboración de este informe, debido a la falta de un procedimiento formal que permita reportar la información requerida. Antena 3 espera poder reportar esta información en próximas ediciones.
EN.14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad		Este indicador no se encuentra disponible a fecha de elaboración de este informe, debido a la falta de un procedimiento formal que permita reportar la información requerida. Antena 3 espera poder reportar esta información en próximas ediciones.
EN.15	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la lista roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie		Este indicador no se encuentra disponible a fecha de elaboración de este informe, debido a la falta de un procedimiento formal que permita reportar la información requerida. Antena 3 espera poder reportar esta información en próximas ediciones.
Emisiones, vertidos y residuos			
EN.16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso	GC8	Pág. 98
EN.17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso	GC8	Pág. 98
EN.18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas	GC9	Grupo Antena 3 no posee datos anteriores a 2007 para el cálculo de la reducción lograda
EN.19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso	GC8	Pág. 98-99
EN.20	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso	GC8	No existen emisiones significativas de NO y SO. En el negocio audiovisual estas emisiones tendrían lugar en combustiones vinculadas al funcionamiento normal de un edificio.
EN.21	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino	GC8	En el negocio audiovisual los vertidos de aguas residuales no son significativos. Las aguas residuales son gestionadas por las Autoridades Municipales Correspondientes.
EN.22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento	GC8	Pág. 99
EN.23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos	GC8	La actividad del Grupo Antena 3, compañía de medios audiovisuales, no da lugar a derrames.
EN.24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente	GC8	La actividad del Grupo Antena 3, compañía de medios audiovisuales, no da lugar a movimiento de residuos peligrosos.
EN.25	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante		La actividad del Grupo Antena 3, compañía de medios audiovisuales, no da lugar a vertidos de agua ni aguas de escorrentía.
Productos y servicios			
EN.26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto	GC8	Pág. 95

	GR3	GLOBAL COMPACT	PÁGINA
EN.27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos	GC8	Pág. 95-96
	Cumplimiento normativo		
EN.28	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental	GC8	Pág. 95
	Transporte		
EN.29	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal	La actividad del Grupo Antena 3, compañía de medios audiovisuales, implica transporte de personal mínimo, que no da lugar a impactos ambientales significativos.	
	General		
EN.30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales	Grupo Antena 3 no dispone de datos para este capítulo de inversiones, aunque si se han realizado, como detalla el capítulo VIII	
	DIMENSIÓN SOCIAL		
	ENFOQUE DE GESTIÓN		
	INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL		
	1. Prácticas laborales y ética del trabajo		
	Nuestro equipo humano		Pág. 75
	Compromiso con el desarrollo personal y profesional		Pág. 76
	Valoramos la diversidad, promovemos la igualdad		Pág. 78
	Comunicación y participación		Pág. 82
	Velamos por la salud y seguridad laboral		Pág. 83
	Empleo		
LA.1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región		Pág. 75
LA.2	Número total de empleados y rotación media de empleados desglosados por grupos de edad, sexo y región		Pág. 75
LA.3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal		Pág. 76
	Relaciones empresa/ trabajadores		
LA.4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo	GC3	Pág. 82
LA.5	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos	GC3	Pág. 82
	Salud y seguridad en el trabajo		
LA.6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de seguridad y salud conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud en el trabajo		Pág. 83
LA.7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región		Pág. 83-84

GR3	GLOBAL COMPACT	PÁGINA
LA.8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves	Pág. 84
LA.9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos	Pág. 83-84
Formación y educación		
LA.10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado	Pág. 76-77
LA.11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales	Pág. 76-77
LA.12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional	Pág. 76
Diversidad e igualdad de oportunidades		
LA.13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, perteneciente a minorías y otros indicadores de diversidad	Pág. 78-81
LA.14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional	Pág. 82
2. Derechos Humanos		
	Nuestro modelo de RC	Pág. 28-31
	Compromiso con la infancia	Pág. 32,39,54
	Compromiso con la lucha contra la violencia de género	Pág. 56
Prácticas de inversión y abastecimiento		
HR.1	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos	<p>Todos los acuerdos de inversión incluyen cláusulas de cumplimiento con la legislación española vigente, cuyos preceptos acogen los principios de esta naturaleza. Constitución Española; TITULO I: De los derechos y deberes fundamentales. Artículo 10.: 1. La dignidad de la persona, los derechos inviolables que le son inherentes, el libre desarrollo de la personalidad, el respeto a la ley y a los derechos de los demás son fundamento del orden político y de la paz social. 2. Las normas relativas a los derechos fundamentales y a las libertades que la Constitución reconoce, se interpretarán de conformidad con la Declaración Universal de Derechos Humanos y los tratados y acuerdos internacionales sobre las mismas materias ratificados por España.</p> <p>GC1- GC2</p>

GR3		GLOBAL COMPACT	PÁGINA
HR.2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y en medidas adoptadas como consecuencia	GC1- GC2	Todos los acuerdos de contratación y distribución incluyen cláusulas de cumplimiento con la legislación española vigente, cuyos preceptos acogen los principios de esta naturaleza. . Constitución Española; TITULO I: De los derechos y deberes fundamentales. Artículo 10.: 1. La dignidad de la persona, los derechos inviolables que le son inherentes, el libre desarrollo de la personalidad, el respeto a la ley y a los derechos de los demás son fundamento del orden político y de la paz social.. 2. Las normas relativas a los derechos fundamentales y a las libertades que la Constitución reconoce, se interpretarán de conformidad con la Declaración Universal de Derechos Humanos y los tratados y acuerdos internacionales sobre las mismas materias ratificados por España.
HR.3	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados		Los aspectos normativos de responsabilidad comunicacional y publicidad responsable se imparten en el máster en Dirección de Empresas Audiovisuales y MBA en Empresas de TV. Los aspectos relacionados con la salud laboral se imparten a través de las actividades formativas del servicio de prevención en salud (Pág. 84).
No discriminación			
HR.4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas	GC1- GC6	Durante el año 2007 no se ha producido ningún incidente de discriminación.
Libertad de asociación y convenios colectivos			
HR.5	Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos	GC3	Pág. 82
Explotación infantil			
HR.6	Actividades identificadas que conllevan a un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación	GC5	Pág. 54,58,61,72,86-91
Trabajos forzados			
HR.7	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación	GC4	Las actividades del Grupo Antena 3 no conllevan ningún riesgo asociado de trabajo forzado o no consentido. Además, toda participación de menores en programas de TV requiere el previo consentimiento paterno y arreglos horarios para atender a los derechos de escolares. Pág 58
Prácticas de seguridad			
HR.8	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades		Todos los acuerdos de contratación incluyen cláusulas de cumplimiento con la legislación española vigente, cuyos preceptos acogen los principios de esta naturaleza.
Derechos de los indígenas			
HR.9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas		Las actividades del Grupo Antena 3 se desarrollan en territorios donde no existen comunidades indígenas

GR3		GLOBAL COMPACT		PÁGINA
3. Sociedad				
El compromiso del Grupo Antena 3 con la TDT				Pág. 66-67
La TDT, un nuevo mercado para el desarrollo de servicios y contenidos				Pág. 68
Consolidación digital				Pág. 70
La convergencia con internet				Pág. 70
La Fundación Antena 3: Contribución activa				Pág. 86-91
Comunidad				
SO.1	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa			Pág. 86-91
Corrupción				
SO.2	Porcentaje y número de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción	GC10	El Modelo de Gestión de Riesgos del Grupo Antena 3 contempla la salvaguarda ante determinadas brechas de integridad. El mapa de riesgos se actualiza anualmente.	
SO.3	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización	GC10	Todas las personas implicadas en la actualización anual del mapa de Riesgos Corporativo reciben la necesaria información en materia de anticorrupción.	
SO.4	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción	GC10		Pág. 39
Política pública				
SO.5	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de “lobbying”			Pág. 40-41
SO.6	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países		El Grupo Antena 3 no ha realizado aportaciones financieras ni en especie a partidos políticos	
Comportamiento de competencia desleal				
SO.7	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados			Pág. 40
Cumplimiento normativo				
SO.8	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones			Pág. 40
4. Responsabilidad sobre productos				
Audiencia: el valor de la confianza				Pág. 48
¿Cómo nos percibe la audiencia?				Pág. 50
Una oferta adaptada a las necesidades de nuestras audiencias				Pág. 52
Regulación y proactividad en la responsabilidad de Antena 3 TV				Pág. 56
Salud y seguridad del cliente				
PR.1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación			Pág. 58

GR3		GLOBAL COMPACT	PÁGINA
PR.2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes		Pág. 56
Etiquetado de productos y servicios			
PR.3	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos		Pág. 52-54
PR.4	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes		Pág. 40,56
PR.5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente		Pág. 50-54
Comunicaciones de marketing			
PR.6	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios		Pág. 54,61,62
PR.7	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes		Pág. 62
Privacidad del cliente			
PR.8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes	En el año 2007 no se ha recibido ninguna reclamación debidamente fundamentada en relación al respeto de la privacidad y fuga de datos personales de clientes.	
Cumplimiento normativo			
PR.9	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización		Pág. 56

GRUPO ANTENA 3

Dirección de Comunicación y Marketing Corporativo

Av. Isla Graciosa nº 13

San Sebastián de los Reyes

28703 Madrid